



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LIC. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO:

**“Impacto de las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui del Cantón
Manta, 2021”**

Facultad De Ciencias Administrativas

Carrera De Administración De Empresas

Autor:

✓ Jonathan Intriago Vélez

Tutor:

✓ Ing. Juan Alberto Moreira Roca

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD

Manta, 4 de agosto de 2022

Se informa el resultado del análisis de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación del estudiante Intriago Vélez Jonathan Calixto, en la modalidad de proyecto de investigación, su análisis presenta el 1% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:



Document Information

Analyzed document	TESIS JONATHAN INTRIAGO ACABADA.docx (D142647909)
Submitted	8/4/2022 6:42:00 AM
Submitted by	
Submitter email	e1311548158@live.ulead.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	juan.moreira.uleam@analysis.urkund.com

Lo certifico,

A handwritten signature in blue ink that reads "Juan Moreira Roca".

Ing. Juan Moreira Roca, Mg
Docente Tutor(a)
Área: Administración

AUTORIA

Yo, Jonathan Calixto Intriago Vélez declaro que soy el único autor del presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, el cual lleva por título “Impacto de las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui del Cantón Manta, 2021”, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, para que haga del presente, el uso que estime pertinente.


Jonathan Intriago Vélez
Estudiante

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante **INTRIAGO VÉLEZ JONATHAN CALITXO**, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración, período académico 2021-2022, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de investigación, cuyo tema del proyecto es “**Impacto de las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui del Cantón Manta, 2021**”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, del 2022.

Lo certifico,



Ing. Juan Moreira Roca, Mg
Docente Tutor(a)
Área: Administración

APROBACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE TITULACIÓN

Al 23 de agosto de 2022 se dan cita a los miembros del tribunal de grado para dar la aprobación al trabajo final de titulación: **“Impacto de las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui del cantón Manta, 2021”** en modalidad Proyecto de investigación, mismo que cumple con lo estipulado por los Reglamentos y disposiciones que fueron determinados por la Facultad de Ciencias Administrativas en la carrera Administración de Empresas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

DRA. PIGUAVE PEREZ VICENTA
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

DR. QUIJIJE ANCHUNDIA RICARDO
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. VELASCO DELGADO CARLOS
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Eloy Alfaro de Manabí y la Facultad de Administración de Empresas por ser el lugar donde me nutrí de conocimientos.

A los docentes que fueron aquellos que me impartieron todo ese conocimiento.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Elena Vélez que siempre me ha apoyado en todo y amo con todo mi corazón.

A mi padre Rubén Tello que, aunque no es mi padre biológico, lo amo como si fuese uno y aprecio todo lo que ha hecho por mí desde que está con mi madre.

A mi hermana Josselyn Tello que me ha acompañado desde pequeño y ha hecho mi vida más feliz, a mi abuela que nunca ha dejado de preocuparse por mí y a mis mascotas.

RESUMEN

Las tecnologías de la información y comunicación están cambiando el mundo cada día más, eso se demuestra en todos los avances tecnológicos, como en la creación de nuevos recursos tecnológicos, programas, dispositivos, entre otros, además, su uso es cada vez mayor en nuevas empresas que surgen y en la vida diaria de las personas por lo tanto esta investigación tiene como objetivo identificar ese impacto que tienen las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui, para eso se empleó una investigación de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo, se aplicó el instrumento de la encuesta, para esto se estableció una muestra de 317 negocios tomados de una población de 1800. Después de analizar los resultados expresados en las encuestas se llegó a la conclusión que pocos negocios usan las TIC (recursos tecnológicos) en sus negocios, pero justamente estos han tenido una mejora en ciertos aspectos como la competitividad y el rendimiento.

Palabras claves: Impacto, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), negocios

ABSTRACT

Information and communication technologies are changing the world more and more every day, this is demonstrated in all technological advances, such as the creation of new technological resources, programs, devices, among others, in addition, Its use is increasing in new companies that arise and in the daily life of people, therefore this research aims to identify the impact that ICT have on businesses in the Nuevo Tarqui Commercial Zone, for that a descriptive type of research with a quantitative approach was used, the survey instrument was applied, for this a sample of 317 businesses taken from a population of 1800 was established. After analyzing the results expressed in the surveys, it was concluded that few businesses use ICT (technological resources) in their businesses, but precisely these have had an improvement in certain aspects such as competitiveness and performance.

Key Words: Impact, Information, and communication technologies (ICT), business

ÍNDICE

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD	I
AUTORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE TITULACIÓN	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
ÍNDICE.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
1. DISEÑO TEORICO	3
1.1. Problema de la investigación.	3
1.1.1. Enunciado del problema.	3
1.1.2. Planteamiento del problema.	3
1.1.2.1. Problema general.	4
1.1.2.2. Problemas específicos.	4
1.1.3. Objeto y campo de la investigación.....	4
1.1.4. Objetivos de la investigación.....	4
1.1.4.1. Objetivo general.....	4
1.1.4.2. Objetivos específicos.	5
1.1.5. Formulación de la Hipótesis.	5
1.1.5.1. Hipótesis general.....	5
1.1.5.2. Hipótesis específicas.....	5
1.1.6. Variable	6
1.1.7. Operalización de la variable.	7
1.2. Diseño metodológico.....	10
1.2.1. Alcance.	10
1.2.2. Diseño.	10

1.2.3.	Población y muestra.....	10
1.2.4.	Instrumento de medición y recolección de datos.....	11
2.	MARCO TEORICO.....	12
2.1.	Antecedentes investigativos.....	12
2.2.	Antecedentes internacionales.....	12
2.3.	Antecedentes nacionales.....	13
2.4.	Antecedentes locales.....	15
2.2.	Información de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.....	16
2.3.	Tecnología.....	19
2.4.	Información.....	19
2.5.	Comunicación.....	20
2.5.1.	Canales de comunicación.....	20
2.6.	Tecnologías de la información y comunicación.....	21
2.6.1.	Hechos históricos sobre las TIC.....	22
2.6.2.	Características de las TIC.....	24
2.6.3.	Ventajas y desventajas que tienen las TIC.....	26
2.7.	Importancia de las TIC en negocios.....	27
2.8.	Inversión.....	28
2.8.1.	Inversión en TIC.....	29
2.9.	Las TIC en Ecuador.....	29
2.9.1.	TIC en los hogares.....	29
2.9.2.	Internet por áreas.....	30
2.9.3.	Porcentaje del lugar donde se da uso de internet en Ecuador.....	31
2.9.4.	Porcentaje de empresas que invierten en las TIC, por sectores económicos.....	31
2.9.5.	Porcentaje de empresas con conexión a internet.....	32
2.10.	Relación con clientes.....	32
2.11.	Sistema.....	33
2.11.1.	Entradas.....	33
2.11.2.	Procesos.....	33
2.11.3.	Salidas.....	33
2.12.	Sistemas de información.....	33
2.12.1.	Sistema de procesamiento de transacciones (TPS).....	34
2.12.2.	Sistema de información gerencial (SIG).....	35
2.12.3.	Sistema de automatización de oficina (OAS).....	35
2.12.4.	Sistema de soporte a la decisión (DSS).....	36
2.12.5.	Sistema Experto (SE).....	36
2.12.6.	Sistema de trabajo del conocimiento (KWS).....	37

2.13.	Rendimiento.....	37
2.14.	Competitividad.....	37
2.14.1.	Las TIC como ventaja competitiva.....	37
3.	DIAGNOSTICO.....	39
3.1.	Pregunta 1. ¿Tiene un nivel de conocimiento básico sobre las TIC?.....	39
3.2.	Pregunta 2. ¿Dentro de su negocio se usa recursos tecnológicos?.....	40
3.3.	Pregunta 3. ¿Almacena y organiza la información mediante el uso de algún sistema informático?	41
3.4.	Pregunta 4. ¿En su negocio se comunica con otros clientes mediante el uso de dispositivos tecnológicos para vender su producto o servicio?.....	42
3.5.	Pregunta 5. ¿Utiliza las redes sociales para captar la atención de nuevos clientes?	43
3.6.	Pregunta 6. ¿Usted cree necesario invertir o seguir invirtiendo en recursos tecnológicos para su negocio?	44
3.7.	Pregunta 7. ¿Al momento que comenzó a usar recursos tecnológicos en su negocio, este obtuvo una ventaja competitiva ante otros?	45
3.8.	Pregunta 8. ¿El negocio ha tenido un aumento de las ventas después de haber implementado el uso de recursos tecnológicos?.....	46
3.9.	Pregunta 9. ¿Establecer recursos tecnológicos en su comercio le ha ayudado a tener una mejor relación con los clientes?	47
3.10.	Pregunta 10. ¿Al establecer el uso de recursos tecnológicos, su negocio se ha vuelto más eficiente en la realización de tareas?.....	48
4.	PROPUESTA.....	50
4.1.	Título.....	50
4.2.	Objetivo.....	50
4.3.	Descripción de la propuesta.....	50
4.4.	Metodología.....	50
4.5.	Plan de capacitación.....	52
	CONCLUSIONES.....	54
	RECOMENDACIONES.....	55
	BIBLIOGRAFIA.....	56
	ANEXOS.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operalización de la variable.	7
Tabla 2. Hechos históricos.....	22
Tabla 3. Elementos importantes que conforman las TIC.....	25
Tabla 4. Las ventajas y desventajas que llegan a tener las TIC.....	26
Tabla 5. Porcentaje de equipos tecnológicos en el hogar durante el año del 2019 a 2020.....	29
Tabla 6. Porcentaje de personas que utilizan el internet, por área durante el año 2019 a 2020 ...	30
Tabla 7. Porcentaje de lugares donde se usa el internet.....	31
Tabla 8. Porcentaje de empresas que invierten en TIC, por sector.....	31
Tabla 9. Porcentaje de empresas con conexión a internet, por sector.....	32
Tabla 10. Conocimiento básico sobre las TIC.....	39
Tabla 11. Uso de recursos tecnológicos.....	40
Tabla 12. Uso de sistema informático.....	41
Tabla 13. Comunicación mediante el uso de dispositivos.....	42
Tabla 14. Uso de redes sociales para captar atención de nuevos clientes.....	43
Tabla 15. Inversión en las TIC.....	44
Tabla 16. TIC como ventaja competitiva.....	45
Tabla 17. Aumento de ventas.....	46
Tabla 18. Relación con clientes.....	47
Tabla 19. Eficiencia en realizar tareas diarias al establecer el uso de TIC.....	48
Tabla 20. Plan de capacitación.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura# 1_Entrada de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.....	17
Figura# 2 Negocio de Legumbres en la Zona Comercial Nuevo Tarqui.....	18
Figura# 3 Negocios de venta de productos.....	18
Figura# 4 Conocimiento básico sobre las TIC.....	39
Figura# 5 Uso de recursos tecnológicos.....	40
Figura# 6 Uso de sistema informático.....	41
Figura# 7 Comunicación mediante el uso de dispositivos.....	42
Figura# 8 Uso de redes sociales para captar atención de nuevos clientes.....	43
Figura# 9 Inversión en las TIC.....	44
Figura# 10 TIC como ventaja competitiva.....	45
Figura# 11 Aumento de ventas.....	46
Figura# 12 Relación con clientes.....	47
Figura# 13 Eficiencia en realizar tareas diarias al establecer el uso de TIC.....	48

INTRODUCCIÓN

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) desde el comienzo de su historia hasta la actualidad han consolidado un cambio en la vida del ser humano, mejorando su calidad de vida hasta la forma en que puede mejorar un negocio, una empresa, una organización.

Se han convertido en un recurso importante de la cual se pueden extraer diferentes beneficios, el aporte que tienen las TIC en cualquier zona es bastante significativo e importante, las TIC no se limitan a solo poderse usar e implementarse en un lugar, estas pueden estar tanto en la educación, en donde se puede enseñar a los chicos mediante el uso de pizarras digitales lo que atrae más atención de estos, como en el comercio en donde se puede mejorar la forma en que se maneja y recopila la información también las TIC tienen mucha presencia en la medicina permitiendo tener un más fácil acceso a la información de pacientes y establecer de manera más eficaz diagnósticos, cada día se nota más el fuerte impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el mundo, marcando nuevos cambios para la humanidad.

Es necesario reconocer que tecnologías de la información y comunicación han tenido mucha relevancia dentro del comercio, con esto lo que se quiere indicar que aquellos negocios que entienden, comprenden y usan las TIC a su favor demuestran un cambio importante y una mejora del desarrollo, sean grandes o pequeños negocios pueden lograr usar las TIC para crecer pero todo dependerá de hacia y donde las van a utilizar, por lo tanto, estas siempre deben ser manejadas por aquellos que tengan la capacidad y el conocimiento de sacar su máximo potencial, del tal modo que siempre puedan usarlas para mejorar a sus negocios y ellos mismos.

La presente investigación desarrollada plasma el impacto que tienen las TIC dentro de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui, identificando las formas de actuación de los negocios ante esta tecnología, además, de que demuestra la realidad que están pasando estos

comerciantes ante los cambios tecnológicos y su manera de llevarlos, mostrando evidencia sobre las diferentes usos y beneficios que dan las Tecnologías de la Información y Comunicación a los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

La investigación se ve conformado primero que todo por un diseño teórico, donde se establece la problemática, como los objetivos tanto el principal como los específicos, se determinan las variables, la población, la muestra y los instrumentos que se han utilizado.

Siguiendo por un marco teórico donde se establecen antecedentes investigativos que tienen cierta relación con la investigación actual, además, aquí también se determinan ciertas definiciones y la influencia de las TIC en Ecuador.

Seguidamente se expresa un diagnóstico conformado por las encuestas realizadas hacia los negocios, en donde se expresan los resultados en porcentaje y un breve análisis.

Después de todo lo anterior se denota una propuesta referente al problema que se tiene, conformado por el plan de acción a tomar.

Para finalizar se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones que se llegaron a establecer gracias a la investigación.

Además, este trabajo investigativo aporta información importante de la forma de pensar que tienen los dueños de los negocios hacia las TIC.

1. DISEÑO TEORICO

1.1. Problema de la investigación.

1.1.1. Enunciado del problema.

El impacto de las tecnologías de la información y comunicación que se usan en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui es desconocido, debido a que no se establece una visión real del uso que tienen los negocios con las tecnologías, con la información y la comunicación en su entorno económico.

1.1.2. Planteamiento del problema.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación(TIC) son herramientas importantes para la mejora y aumento del desarrollo, por lo tanto, es importante establecer información específica sobre sus efectos y usos en diferentes lugares o sectores.

En ciertas zonas comerciales conformadas por diferentes negocios no se conoce el impacto que tienen las TIC como herramienta, lo que hace que sea difícil demostrar que existe un uso competente de esta tecnología, es necesario identificar como afectan las Tecnologías de la Información y Comunicación en la forma de actuar de los negocios que conforman una zona comercial.

La poca evidencia sobre el impacto real que tienen las TIC en los negocios dentro de la Zona Comercial Nuevo Tarqui, no permite establecer métodos de actuación importantes para la mejora y el desarrollo de estos negocios. Al ser desconocida esta información es difícil establecer una visión real sobre cómo se manejan las TIC lo que no ayuda para nada en saber si existe un impacto positivo o negativo de estas tecnologías.

1.1.2.1. Problema general.

¿De qué forma impactan las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui del cantón Manta?

1.1.2.2. Problemas específicos.

¿En qué aspecto influye conocer sobre las TIC?

¿Cómo repercuten la tecnología en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui?

¿De qué manera impacta la información en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui?

¿De qué forma llega a influir la comunicación en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui?

¿Cuál es la influencia la inversión en las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui?

¿En qué forma influyen las TIC en la competitividad de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui?

¿De qué modo afectan las TIC en el rendimiento de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui?

1.1.3. Objeto y campo de la investigación.

Está centrado en analizar el impacto que tienen las TIC, para eso se toma en cuenta a los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui del cantón Manta.

1.1.4. Objetivos de la investigación.

1.1.4.1. Objetivo general.

Identificar el impacto que tienen las TIC dentro de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

1.1.4.2. *Objetivos específicos.*

Verificar que el responsable del negocio conozca sobre las TIC.

Identificar el impacto de la tecnología en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Describir la forma en que se maneja la información dentro de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Determinar la manera en que se establece la comunicación en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Detectar la importancia que tiene la inversión en las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Conocer la influencia que tienen las TIC en la competitividad de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui

Descubrir el impacto que tienen las TIC en el rendimiento de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

1.1.5. Formulación de la Hipótesis.

1.1.5.1. *Hipótesis general.*

El Impacto de las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui es positivo.

1.1.5.2. *Hipótesis específicas.*

El encargado o responsable del negocio si tiene un conocimiento básico sobre las TIC.

Existe un alto uso de la tecnología en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Los negocios de la Zona comercial Nuevo Tarqui manejan la información mediante el uso de sistemas informáticos.

Se usan dispositivos tecnológicos para comunicarse y también se las redes sociales como canal de captación de nuevos clientes.

Los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui no creen necesaria la inversión en las TIC.

El implemento de las TIC mejora la competitividad en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Las TIC ayudan a mejorar el rendimiento de los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

1.1.6. Variable

Impacto de las TIC en los negocios.

1.1.7. Operalización de la variable.

Tabla 1.

Operalización de la variable.

VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BA
Impacto de las TIC en los negocios	Uso de las TIC y el efecto de su uso en los negocios	Conocimiento	Nivel	¿Tiene un conocimiento de las TIC?
		Tecnología	Uso de recursos tecnológicos	¿Dentro de su empresa usa recursos tecnológicos?
		Información	Sistemas	¿Almacena y utiliza información mediante el uso de algún sistema informático?
			Dispositivos	

Comunicación		¿En su negocio se comunica con clientes mediante el uso de un dispositivo?	4
	Captar atención de nuevos clientes	¿Utiliza las redes sociales para captar atención de nuevos clientes?	5
Inversión	Invertir en las TIC	¿Usted cree es importante invertir o seguir invirtiendo en recursos tecnológicos para su negocio?	6
Competitividad	Ventaja competitiva	¿Al momento que comenzó a usar recursos tecnológicos en su negocio, este obtuvo una ventaja competitiva ante otros?	7
Rendimiento	Aumento de ventas	¿El negocio ha tenido un aumento de ventas después haber implementado recursos tecnológicos?	8

Relación con clientes	¿Establecer recursos tecnológicos en su comercio le ha ayudado a tener una mejor relación con los clientes?	9
Eficiencia en realizar Tareas	¿Al establecer el uso de recursos tecnológicos, su negocio se ha vuelto más eficiente en la realización de tareas diarias?	10

1.2. Diseño metodológico.

1.2.1. Alcance.

La investigación se establece como descriptiva porque se tienden a describir todas las cualidades o las características más relevantes (investigación científica, s.f.). Además, se presenta un enfoque cuantitativo.

1.2.2. Diseño.

Se establece un diseño no experimental.

1.2.3. Población y muestra.

La población que se estableció para la investigación es de 1800 negocios que se establecen en la Zona Comercial Nuevo Tarqui. Por lo tanto, se establece la siguiente formula:

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

Donde:

n= tamaño de muestra buscado.

N= tamaño de la población o universo.

Z= parámetro que depende del nivel de confianza.

e= error de estimación.

p= probabilidad que ocurra el evento.

q= (1-p) = probabilidad que no ocurra el evento.

$$N= 1800 \quad n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$z_{\alpha} = 1.96 \quad n = \frac{1800 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1800 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$e = 5\% = 0.05 \quad n = \frac{1800 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1800 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$p = 50\% = 0.5 \quad n = \frac{1728.72}{5.45}$$

$$q = 50\% = 0.5$$

$$n = 317$$

Entonces se tiene que la muestra es de 316, por lo tanto, esos será el total de los encuestados.

1.2.4. Instrumento de medición y recolección de datos

Encuesta: Es considerablemente usada como una técnica de investigación porque ayuda a poder conseguir y organizar datos de forma rápida y a su vez eficaz (Casas et. al,2003).

La encuesta se conforma por 10 preguntas, las cuales fueron hechas por la autoría del propio investigador, todas esas encuestas se realizaron a los negocios que se encuentran en la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

2. MARCO TEORICO.

2.1. Antecedentes investigativos.

A continuación, se presentan diferentes investigaciones que tienen relación con el presente tema.

2.2. *Antecedentes internacionales.*

Rodríguez (2019) en su trabajo de grado impacto de las TIC y redes sociales en la empresa, expresa como objetivo el impacto de las nuevas tecnologías en toda la productividad de la empresa, además, presenta con varios argumentos que el mundo se encamina hacia la llamada transformación digital, en esta investigación se analizó las TIC que más se llegan usar en las empresas, así se pudo visualizar como las TIC influye en todo el desarrollo del trabajo e identificar las ventajas que llegan a proporcionar, se estableció una metodología en base a una investigación descriptiva, recopilando información de diferentes páginas web y otros proyectos similares, en conclusión se describe la importancia y ayuda que proveen las TIC actualmente para cualquier empresa.

García et. al (2018) en el artículo análisis del impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las pequeñas y medianas empresas de Cartagena- Colombia, denota como objetivo dar un análisis sobre el impacto que existe en las mipymes de Cartagena, teniendo en cuenta desde su infraestructura hasta la inversión que dan a estas tecnologías, expresada como una investigación exploratoria-descriptiva, para extraer los datos necesarios para determinar el impacto se usó una muestra muy específica, además, de una encuesta hacia las mipymes, en base a las conclusiones se dio a notar que en las mipymes hay un alto implemento de tecnología para las actividades, como el comercio electrónico.

Quiroga-Parra et. al (2017) en la investigación Usos de las TIC en América Latina: una caracterización, tuvo como objetivo dar un análisis sobre el estado y el uso que tienen las TIC en Latinoamérica tomando en cuenta tres periodos de los años dos mil, la metodología

que se utilizó fue la ANOVA con una varianza simple y también de medias, además, se empleó la prueba F. Las técnicas que se manejaron fueron el uso de factoriales y de clústeres que se establecieron de una manera sistemática, para el estudio estadístico, se visualizaron variables proxy, tomando como muestra a veintidós países de toda una población conformada por treinta dos, en los resultados se destaca que existen sinergias económicas potenciales entre los diferentes países que se estudiaron. En las conclusiones de la investigación se enmarca que Latinoamérica presente poco conocimiento, uso y empleo de las TIC, bajo uso del internet y de computadores, expresando que en América Latina existe un progreso lento de las TIC.

Quiroga-Parra et. al (2017) en el artículo, Las tecnologías de la información en América Latina, su incidencia en la productividad: Un análisis comparado con países desarrollados, tuvo como el objetivo realizar un determinado análisis comparativo del uso de las TIC entre siete diferentes países de América Latina y siete países desarrollados metodológicamente, dentro del estudio se establece un análisis sobre el estado que tiene el uso de las TIC en América Latina, además, de establecer diferentes bases de carácter teórico y la metodología, que se compone de tres partes: una descripción de los países industrializados contra los de América Latina después en su segunda fase se establece una aproximación de carácter estadística sobre las que serían las más importantes variables TIC que tienen efecto en la productividad, terminando en una última fase que expresa mediante el uso de una inferencia de carácter estadístico como indican las llamadas TIC en la productividad y los I se concluye n que las denominadas TIC tienen un poco uso en Latinoamérica.

2.3. Antecedentes nacionales.

Vinueza y Simbaña (2017) en su trabajo investigativo: Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la matriz productiva, presenta como su objetivo estudiar todo el aporte que tienen las TIC en la matriz productiva del Ecuador, esta investigación se realizó

con el fin de poder visualizar y analizar profundamente el impacto de las TIC, determinando todos los aspectos teóricos que tienen una interacción entre las TIC y la economía en el Ecuador, para eso se tuvo en cuenta indicadores TIC nacionales, a nivel empresarial y la utilización que se le da a esta tecnología en los diferentes sectores, dentro de la investigación se determina el impacto dentro de la sociedad económica, la investigación establece una metodología descriptiva y bibliográfica porque visualiza el impacto de las TIC a través de un diagnóstico bastante específico, recolectando información de diferentes sitios estadísticos, en los resultados se establece que las TIC tienden a beneficiar a diferentes sectores porque el correcto uso que dan los productos y todos los servicios de carácter tecnológico permiten modernizar ciertos entornos y finalmente se expresa que tener acceso al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, especialmente en Ecuador es de mucha importancia ya que, se demuestra que son la plataforma que permite mejorar el desarrollo de las actividades.

Montaleza (2017) en su trabajo de investigación sobre, El mercado de las TIC's y su contribución en el desarrollo económico ecuatoriano, período 2007-2017, comprende como objetivo dar un análisis sobre todo el mercado de las TIC's y la contribución que da al desarrollo económico del Ecuador, la investigación se determina como cualitativa porque da un análisis sobre toda la situación económica del Ecuador con respecto al mercado de TIC's y es cuantitativa por todas las diferentes cifras, conceptos y teorías que se expresan en el marco teórico, se identifica que es no experimental porque solo se indaga sobre la situaciones y además las causas, se expresan como variables el mercado de las TIC's y desarrollo económico, también toma en cuenta a indicadores como al mercado de las TIC's, que ayudaron a conocer el impacto de los denominados nichos, además, se dio análisis a fondo sobre el mercado TIC'S, la muestra está a conveniencia del investigador y se llegó a ciertas conclusiones: los emprendimientos que están basados en hardware y software llegan a tener mejor canal para lograr impactos positivos solamente se debe explotar más todo ese mercado.

Ulluari (2016) en su tesis sobre, Impacto de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en el crecimiento económico del Ecuador, sector productivo, período 2000-2014, tuvo como objetivo realizar un análisis específico sobre el impacto de las Tecnologías de la información y comunicación (TIC) referente al crecimiento económico del Ecuador, conformada la investigación por un marco teórico con fundamentos y aportes de carácter significativo que genera esta tecnología en la economía y su influencia en todos los sectores de un país, se estableció un análisis específico sobre la implementación de las TIC, la metodología que estableció fue una descriptiva-correlacional, además, se realiza un modelo estadístico que ayuda midiendo la correlación entre inversión en las TIC frente al PIB del país Ecuador de tal forma que se visualizó la influencia de las TIC en el desarrollo económico, el enfoque que se estableció fue cuantitativo, llegando a diferentes conclusiones: que la implementación de las TIC dentro de un país tiene un impacto positivo en lo que se refiere al crecimiento económico, las empresas tanto en sectores públicos y privados pueden disfrutar de buenos beneficios al incorporarlas, el país Ecuador se debe fomentar el crecimiento de hardware y software.

2.4. Antecedentes locales

Espín (2020) en su tesis, Incidencia de las TIC en las Pymes de la ciudad de Santo Domingo, expresa como objetivo manifestar la incidencia que tienen las conocidas Tecnologías de la Información y Comunicación en las medianas y pequeñas empresas que existen en la ciudad de Santo Domingo, la investigación se estableció como no experimental con diseño transversal, se utilizó un análisis de enfoque mixto que se ven dentro de las encuestas y los resultados demuestran que el uso que tienen las TIC dentro de las Pymes es bastante bajo, comprobándose que aún se tiende a utilizar tecnología manual.

Zambrano et. al (2017) en la investigación, tecnologías de la información y comunicación en las pequeñas y medianas empresas de la Zona Norte de Manabí, Ecuador, tiene como objetivo identificar ese uso de las TIC en las pequeñas y medianas empresas de la

Zona Norte de Manabí, se sustentó en una metodología descriptiva, se expone que se hizo de encuestas hacia los administradores para poder documentar la información, entre los resultados que se exponen, se decreta que en la gran mayoría de pequeñas y medianas empresas no se establecen las tecnologías de la información y comunicación para sus actividades diarias.

Estos antecedentes son importantes porque demuestran una realidad sobre el uso de las TIC actualmente tanto en América Latina, como Ecuador y en ciertas ciudades, además, expresan la importancia y beneficios que tiene el uso de las TIC.

2.2. Información de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Después de la pérdida del Mercado Tarqui, surgió la necesidad y propuesta de crear una nueva plaza comercial en donde aquellos que habrían perdidos sus negocios tengan la oportunidad de volver a empezar o su vez de que se establezcan nuevos negocios, por lo que en la fecha del 27 diciembre del 2016 se llega inaugurar la nueva zona comercial que representaría a Manta, denominado Nuevo Tarqui.

El Nuevo Tarqui se encuentra ubicado entre la Calle 24 mayo y la Calle 1, además de que el lugar donde se encuentra establecido se encuentran diversas calles donde existe un alto tráfico de carros o personas, también, esta zona a diferencia del antiguo Tarqui, está dividido por dos zonas importantes, teniendo en cuenta aquellos son del sector privado, denominados actualmente como Parque Comercial Nuevo Tarqui, que corresponden a todos los de inversiones privadas y los que se podrían denominar como comerciantes pequeños.

Ahora esta investigación se centra la Zona Comercial Nuevo Tarqui, antes que todo es importante definir ¿Qué es una zona comercial? Según ConceptoDefinición (2022) la zona comercial es una superficie que se ubica en una determinada ciudad o sector todo esto con el objetivo de hacer crecer el comercio, gracias a la buena acogida de los individuos, aumento del desarrollo productivo y el comercio, que se ha logrado establecer ciertos lugares muy

específicos para el desenvolvimiento de esta actividad, lo que daría paso al nacimiento de los llamados centros comerciales o zonas comerciales minoristas para pequeños negocios.

Figura# 1

Entrada de la Zona Comercial Nuevo Tarqui



Nota. Foto tomada de la entrada de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

En el año del 2019 y hasta la actualidad del año 2021 dentro de la Zona Comercial Nuevo Tarqui se ven establecidos 1800 negocios, donde se encuentran tanto nuevos comerciantes como antiguos del “Viejo” Tarqui, algo importante que se creó para tener una mejor organización dentro de los negocios fue dividir en diferentes pabellones los negocios de acuerdo a un sistema alfa numérico.

Los diferentes pabellones que se crearon también se dividieron en secciones, es decir, las legumbres, tanto como frutas y las verduras se las estableció en un nivel bajo de Mercado en donde se comparte con los abarrotes, con los comerciantes de ropa y de comida, esto aún se sigue manteniendo en la actualidad para no crear un desorden entre negocios que no sean del mismo nivel o tipo.

Figura# 2

Negocio de Legumbres en la Zona Comercial Nuevo Tarqui



Nota. Foto donde se observa un negocio de venta de legumbres en la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

El nivel alto de Mercado se ve conformado por las diferentes peluquerías, cualquier tipo de bazar, también alguno que otro negocio de legumbres. Existe una zona conformada y establecida para aquellos negocios de venta de carnes y mariscos, ubicados en una elevación intermedia del Mercado.

Figura# 3

Negocios de venta de productos



Nota. Foto donde se visualizan diferentes negocios de venta de productos.

2.3.Tecnología.

La sociedad y las personas que conforman el planeta tierra han creado nuevas formas de ayudarse a sí mismos en ciertos ámbitos específicos, por lo tanto, por eso existe la tecnología.

La tecnología es la aplicación de una colección de habilidades y conocimientos que ayudan en facilitar los problemas sociales, económicos, políticos o de cualquier ámbito (TECNO2015, 2015). Esto hace énfasis en que la tecnología es la forma en que los conocimientos y habilidades que tienen los humanos, los utilizan para crear objetos que satisfagan las necesidades o para hallar soluciones ante un problema.

Aunque ciertamente la tecnología es aquello que creo o que crea el ser humano para su uso y beneficio propio, es cierto, que existe la posibilidad de que ciertas personas tengan en mente a la tecnología simplemente como todo recurso o instrumento tecnológico (como celulares, computadoras, impresoras, etc.), pero realmente también se ve conformado por todo lo que son procedimientos y técnicas (Alegsa,2018).

2.4.Información.

Es importante definir este concepto porque hace parte de las denominadas tecnologías de la información y comunicación.

La información se establece como todo un grupo de diferentes datos unidos entre sí que ayudan a que exista la información e incrementar el conocimiento (Chiavenato,2006), además, gracias a la información se puede tener una mejor comprensión para interpretar los datos y al convertirlos en información poder usarlos como una ayuda para tomar buenas decisiones (Ferrell et. al, 2010).

Por lo tanto, la información son todos esos datos que recopilados y después procesados de manera organizada se convertirán en un mensaje, que aportara a la obtención de un nuevo conocimiento a una persona o grupo de personas, es decir, cuando los datos se adapten de manera adecuada entre si se lo podrá llamar información.

2.5. Comunicación.

La comunicación es un intercambio de información que se da entre las personas, en donde se deben tener en cuenta ciertos elementos que son de gran peso e importancia, desde la forma en que establece el mensaje, es decir, el código y por donde se enviara el mensaje, el canal. (Chiavenato,2006).

La comunicación es muy importante dentro de cualquier entorno porque permite establecer mejores relaciones entre diferentes tipos de individuos, los seres humanos tienden a comunicarse de diferentes maneras ya sea en una forma directa (cuando se da un mensaje de forma clara y directa) o indirecta (no se establece un mensaje claro y concreto).

2.5.1. Canales de comunicación.

Es el medio por el cual se lleva un proceso comunicativo, en otras palabras, es todo ese intercambio que hay de la información entre emisores y receptores también el autor Galiano (2014) opina que “los canales comunicativos son, por tanto, los medios empleados para transportar nuestros mensajes. Lo importante es salvar inconvenientes (tiempo, distancia...): con la voz se consigue un alcance determinado, con la radio se consigue mayor alcance en el espacio” (p.21).

Los canales de comunicación se establecen para poder mejorar la forma en que se envía la información de un lado a otro, entonces, se puede identificar como canales a las redes sociales, los blogs, las aplicaciones, páginas web, chats, correos electrónicos, radio, televisión y entre otros muchos más. Lo que se quiere lograr al momento de utilizar los canales de comunicación es que siempre se mantenga un ambiente informado entre personas que conforman un grupo específico de trabajo, para anunciar un nuevo producto o servicio de las empresas o para dar a conocer alguna información importante para la sociedad.

2.6. Tecnologías de la información y comunicación.

Las tecnologías de la información y la comunicación si bien llegan a veces a no ser un factor imprescindible para todas las personas, si hay que destacar su imparable evolución y paso en el mundo, destacando el cambio que realizan en los diferentes entornos de la sociedad, convirtiéndolo en uno más desarrollado.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación son todos los recursos tecnológicos, ya sean programas o dispositivos que tienen como fin recoger, almacenar, transmitir y recibir la diferente información entre los grupos de personas (Gazzaneo y Molin, 2020), estas siempre están en cualquier lado, conforman casi todos los aspectos de la sociedad, desde la vida laboral hasta la vida diaria en donde se usa más para el ocioso, las TIC ya son parte de la nueva cultura y demuestran el desarrollo humano, mejorando en la forma que se comunica y maneja la información el ser humano (Equipo Editorial Etecé,2021).

Haciendo referencia a que las TIC se ven conformadas por la tecnología, la información y la comunicación ya que, al unirse y estar juntas crean una nueva forma de actuar ante el ambiente social, económico, político, es decir, tecnologías de información y comunicación, es utilizar ciertas tecnologías (recursos tecnológicos) para mejorar la forma de obtener o llevar el flujo de la información mejorando así la comunicación que existe entre un grupo de personas.

Estas tecnologías demuestran el cambio que ha tenido la propia cultura en realizar actividades, pasando de la recolección de información manual o escrita a establecer programas o formas de actuar que ayudan a facilitar la recolección de información y realización de actividades.

Las TIC justifican la necesidad que ha tenido el ser humano para abrirse paso y crear nuevas formas de distracción, de viajar, de construir, de desarrollarse en la economía, en su vida social, en la política, en el deporte, por lo tanto, las tecnologías de la información y

comunicación se establecieron para mejorar la vida del ser humano en sus diferentes entornos de la vida yendo desde el ocio hasta el trabajo.

2.6.1. Hechos históricos sobre las TIC.

Para conocer y entender el paso de las TIC en el mundo, es importante establecer ciertos hechos importantes, se expresa el siguiente cuadro.

Tabla 2.

Hechos históricos

Fecha	Hechos Importantes
Año del 1833	El inventor Morse da paso a la creación del importante telégrafo eléctrico.
10 de marzo de 1876	El científico Braham Bell y su más unido amigo y ayudante Thomas Watson hacen de las suyas y crean el teléfono.
11 de enero de 1927	La primera transmisión radiotelefónica a largas distancias, entre el grande Estados Unidos y el poderoso Reino Unido, todo a cargo de AT&T.
	.
	Se inventa el transistor, por los físicos Walter Brattain, William Shockley y John Baren.
1 de julio de 1948	

17 de agosto de 1951	Se pone en operación el llamado sistema transcontinental de microonda que sería el primero en nacer.
En el año de 1956	Se da la instalación de un cable telefónico transatlántico, entre Escocia y la isla de Terranova, que ayuda establecer comunicación entre ambos .
Año de 1877	El gran inventor Tivador Puskás inventa la central telefónica, lo que marcaría una revolución tecnológica en la comunicación.
10 de noviembre de 1963	En U.S.A, se da la creación y a su vez la instalación de una central telefónica pero electrónica, la cual será la numero en estar ese lugar.
11 de abril de 1965	Se instala una oficina informatizada totalmente en Succasuna. El departamento de justicia de Estados Unidos establece una resolución judicial
1 de enero de 1984	contra la compañía AT&T por su comportamiento poco competitivo en el

mercado y debido a esto debe dividirse en pequeñas compañías diferentes.

Desde el año de 1955 hasta la actualidad dio paso a la tecnología digital, es decir, se dejó de lado todo lo que tenía que ver con transmisión analógica, comenzando a establecerse el llamado código binario.

Nota. Fuente: Montano (2020).
Elaboración propia.

2.6.2. Características de las TIC.

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación permiten que la comunicación entre personas sea más ágil, esto quiere decir, que ayuda a que las diferentes instituciones que tienen trabajadores de un lado a otro puedan comunicarse al mismo tiempo mediante video llamadas o en programas específicos para reuniones, tal vez hasta por un simple mensaje de texto, lo cual demuestra un gran cambio porque antes ese tipo de comunicación entre personas lejanas era complicada, entonces esto logra que el tiempo se utilice de manera potencial y no sea desperdiciado, otro punto importante en que benefician las TIC fue y es la creación de negocios online, lo que ayuda a quienes que no tengan físicamente una empresa o carecen del capital necesario para crearla, puedan estructurar mediante redes sociales, páginas webs o anuncios la venta de su producto o servicio, esto no quiere decir que solo un negocio online usara la tecnología para su beneficio, actualmente las empresas grandes usan esto aún más, mostrando anuncios en aplicaciones como YouTube, Facebook o hasta en los propios mensajes de texto, por lo que las TIC están abiertas para cualquier comercio, negocio o empresa que tenga la necesidad o capacidad de usarla a su favor porque aun siendo solamente una persona que vende productos desde casa gracias a las

tecnologías de la comunicación e información, esa misma persona en su casa puede vender los productos que realiza a otra país.

Poniéndolo en otras palabras las TIC están puestas para todos aquellos que la necesiten, sea en el mejoramiento de su propio emprendimiento, simplemente con tener una computadora o celular con acceso a internet se abren muchas posibilidades, aquellos negocios ya sean minoristas o mayoristas tienen las mismas oportunidades, solamente que a veces el comportamiento humano o la falta de conocimiento sobre las TIC también afecta en su poco uso en los comercios pequeños, suele suceder porque estos comercios como tiendas de víveres, tiendas de legumbres, es decir, negocios pequeños que son dirigidos por una persona no les gusta la tecnología y simplemente no la entienden o creen se necesita computadoras masivas para realizar sus actividades, cuando solo con el uso hasta de redes sociales podrían crecer.

Se debe entender que las TIC tienen elementos importantes a tener en cuenta, la informática, las redes, el software y el conocimiento.

Tabla 3.

Elementos importantes que conforman las TIC

ELEMENTOS DE LAS TIC	
INFORMATICA	Son todos los recursos informáticos que permiten la recolección y procesamiento de los datos, abarcados por los dispositivos o aparatos tecnológicos que podemos conocer como hardware.
REDES	Las redes son las que se establecen como un sistema de comunicación y de envío de información, aquí se encuentran las

conocidas redes móviles o el WI-FI, además de las redes que se establecen mediante satélite o cable.

SOFTWARE Se conoce al software como los programas o aplicaciones que se crean con el fin de ayudar a realizar y concretar mejor las actividades. Pueden ser los mismos sistemas operativos de una computadora y programas que se encuentran dentro esta misma.

CONOCIMIENTO Es tener una buena comprensión sobre lo que abarca un tema ya se por el estudio o por la experiencia y saber en qué se pueden utilizar, lo que permitirá tener más facilidades de implementarlas en las actividades necesarias, por ejemplo, tener conocimiento sobre TIC.

Nota. Fuente: Software DELSOL (s.f).
Elaboración propia.

2.6.3. Ventajas y desventajas que tienen las TIC.

Las TIC presenta ciertas ventajas importantes, pero su vez también algunas desventajas que es necesario idéntica para tener en cuenta que al usar las tecnologías de la información y comunicación conlleva complicaciones.

Tabla 4.

Las ventajas y desventajas que llegan a tener las TIC

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Da un mejor y rápido acceso a la información.	El acceso a la información puede ser de baja calidad.
Ayuda a poder establecer una mejor comunicación entre personas lejanas.	Dan paso a la distracción lo que genera ocio.

Ayuda en el desarrollo de nuevas habilidades, por ejemplo dibujo digital.	Las habilidades manuales de las personas tienden a disminuir.
Aumenta y genera la creatividad en las personas.	Genera mucha ansiedad.
Permite el acceso al comercio electrónico.	Abre paso a las ya molestas estafas.
En los negocios y empresas mejora la toma de decisiones, al establecer sistemas de información.	Existe el riesgo a ciber ataques y robo de información importante.
Automatización de procesos en las empresas.	Aumenta la pérdida de los puestos de trabajo.
Mejora y crea nuevas oportunidades para crecer en las empresas.	Por un mal uso puede llegar a tener costos elevados en las empresas.
Permite acceder a paginas o programas para diversión o trabajo.	Da el acceso hacia contenido que no es apropiado.

Nota. Fuente: Diferenciador (s.f).
Elaborado por Jonathan Intriago.

2.7. Importancia de las TIC en negocios.

Actualmente las TIC no solo son cualquier recurso más del montón que a veces puede ser o a veces no, la verdad es que dependiendo la forma en que se establezca el uso de esta tecnología dentro de un negocio se podrá obtener mejores resultados a largo plazo, se debe tener en cuenta por eso la importancia de las TIC dentro de un negocio.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación permiten tener un mejor control en el manejo de la información, se denota al momento de hacer cuentas en un negocio porque permite tener un mejor control de ellas, ayudan en la gestión y a mantener una organización más estable en cuanto el manejo de inventarios (Vidal y Billorou, s.f.). Gracias a la utilización de las TIC cualquier organización puede disfrutar de muchos beneficios

importantes, teniendo en cuenta la expansión del mercado, captar atención de nuevos clientes, automatizando tareas, teniendo mejor relación con clientes y entre otros más (Pacheco y Rodríguez, 2019), las TIC están revolucionando en la manera en que un negocio se maneja porque adoptarlas permitirá el crecimiento y mientras más tiempo un negocio no haga uso de las TIC más tiempo estará estacando. (Martín, s.f.).

De esta forma se puede entender que la importancia de las TIC en negocios se puede visualizar en las diferentes actividades donde el manejo de la información es necesario, si se comienzan a establecer sistemas informáticos la rapidez que existiría en los negocios de hacer sus actividades se vería aumentada.

2.8. Inversión.

Se puede expresar como la manera que se destinan ciertos tipos de recursos para lograr alcanzar un beneficio específico (López, 2018), si se establece una definición más económica, se denomina a la inversión a dedicar o asignar capital en una determinada operación o recurso que ayudara a obtener un beneficio a corto o largo plazo. (significados.com, s.f.).

Se debe tener en cuenta que dentro de una inversión existen factores que son muy importantes, entre eso se encuentran:

Riesgo: Se lo puede denotar como cuando una inversión realizada no expresa la rentabilidad esperada (bmf inversiones, s.f.).

Rentabilidad: Se puede tomar como la relación existente entre la inversión que se realiza y lo que se obtuvo al final, es decir, la diferencia entre la cantidad de dinero que se puede haber usado y que se obtuvo.

Liquidez: Toda la capacidad que tiene un determinado activo para poder transformarse en dinero. (Muñoz, 2021).

Plazo: El tiempo que tomara, la espera que tomara la inversión hasta obtener los beneficios.

2.8.1. Inversión en TIC

Invertir en Tecnologías de la Información y Comunicación se entiende como todos los diferentes gastos que se designan a en la compra de recursos tecnológicos para ayudar a una organización, empresa o negocio a tener un mejor desarrollo (Cedeño & Townsend,2021).

Invertir en las TIC que podríamos identificar como recursos tecnológicos es realmente un factor importante para el desarrollo desde pequeños sectores hasta para países, las TIC proveen demasiada ayuda a las personas debido a que estamos en un mundo globalizado, el internet, los dispositivos tecnológicos, las aplicaciones y nuevos programas que aparecen cada día permiten establecer un mejor envío y recepción de comunicación entre personas, ya sea desde km de distancia o hasta milímetros, además, ayudan a que gestionar la información de manera fácil, rápida y organizada de llevar, de tal modo que con eso se dejen de lado la realización de ciertas tareas tradicionales que solo ocupan mucha fatiga y gasto de tiempo si se realizaran manualmente.

2.9. Las TIC en Ecuador.

2.9.1. TIC en los hogares.

En el Ecuador las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) han tenido una influencia muy importante para toda la sociedad demostrando un importante incremento en uso, los equipos tecnológicos se están convirtiendo en recursos de vital importancia para las personas porque agilizan la forma en que se pueda llegar a realizar diferentes tipos de tareas en periodos determinados, es importante visualizar el incremento de estos equipos tecnológicos en los hogares del Ecuador.

Tabla 5.

Porcentaje de equipos tecnológicos en el hogar durante el año del 2019 a 2020

Equipos Tecnológicos	2019	2020
Computadora de escritorio	23,3%	25,3

Computadora portátil	28,5%	31,3
Computadora de escritorio y portátil	11,2%	12,7

Nota. Fuente: Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo) tomada del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) (2021).

El aumento de equipos tecnológicos dentro de los hogares del Ecuador es un punto positivo para el país ya que, revela que cada vez más hogares están adaptándose a la implementación y uso de equipos tecnológicos, ya sea para mejorar en los estudios propios y de sus hijos o para tener una mejor forma de llevar sus actividades laborales.

2.9.2. *Internet por áreas.*

Así mismo el internet es un recurso que en la actualidad se ha convertido en uno de los más vitales para los seres humanos, aquella persona que utiliza el internet para mejorar en el campo académico, obtendrá un mejor rendimiento a diferencia de aquellos que talvez no lo tengan o que simplemente no usen ese recurso a favor de aumentar su conocimiento, entonces, es importante visualizar ese porcentaje de personas utilizan internet, por área dentro del Ecuador.

Tabla 6.

Porcentaje de personas que utilizan el internet, por área durante el año 2019 a 2020

Área	2019	2020
Nacional	59,2%	70,7%
Urbana	66,7%	77,1%
Rural	42,9%	56,9%

Nota. Fuente: Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo), tomada del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) (abril 2021).

Se nota un crecimiento bastante alto en lo que refiere al uso de internet en el Ecuador, esto demuestra que cada vez más personas tienden a comprar un servicio de internet porque en cierta forma ya se está convirtiendo en una necesidad.

2.9.3. Porcentaje del lugar donde se da uso de internet en Ecuador.

Tabla 7.

Porcentaje de lugares donde se usa el internet

Lugar	2019	2020
Hogar	68,1%	86,1%
Trabajo	11,7%	6,5%
Instituciones educativas	5,1%	0,4%*
Centros de acceso público	9,0%	1,9%
Casa de otra persona	4,5%	4,6%
Otros	1,5%	0,3%*

Nota. Fuente: Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo), tomada del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) (abril 2021)

El uso del internet en los lugares del Ecuador refleja ciertos aumentos, se puede visualizar que en el Hogar existe la mayor variación la cual se expresa con un incremento de 18,0 pp con respecto al año 2019

2.9.4. Porcentaje de empresas que invierten en las TIC, por sectores económicos.

Las empresas que invierten en TIC son aquellas que esperan obtener un mejor beneficio, esperando que su crecimiento y desarrolle aumente con el pasar del tiempo lo cual permite actuar mejor ante la competencia, en Ecuador también se establecen empresas que invierten en TIC.

Tabla 8.

Porcentaje de empresas que invierten en TIC, por sector

Sectores	Número de empresas	Invierten en las TIC	Porcentaje
Manufactura	1888	907	48%
Minería	173	111	64%
Comercio	7251	3338	46%
Construcción	790	329	42%
Servicios*	3896	2279	58%
Total	13988	6964	50%

Nota. Fuente: Encuesta Estructural empresarial tomada del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) (2018).

La inversión de las TIC de estos sectores es importante porque se puede visualizar que actualmente las empresas están intentando crecer en su entorno para avanzar hacia un nuevo cambio, esto se puede tener en cuenta en el porcentaje que se expresa anteriormente, estableciendo que el 50% del total de todas las empresas en sus debidos sectores si están invirtiendo en estas tecnologías.

2.9.5. Porcentaje de empresas con conexión a internet.

Así mismo se identifica el porcentaje de empresas por sector que establecen una conexión internet, que usan esta red como una herramienta para mejorar en el campo, lo que genera que su crecimiento no se quede estancando con el pasar del tiempo.

Tabla 9.

Porcentaje de empresas con conexión a internet, por sector

Sectores	Porcentaje
Manufactura	100%
Minería	99,5%
Comercio	98,6%
Construcción	98%
Servicios	97,6%

Nota. Fuente: Encuesta Estructural Empresarial tomada del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) (2018).

2.10. Relación con clientes.

La relación con los clientes se entienda como todas las diversas estrategias que ayudan a que se pueda expandir, conseguir y mantener a los clientes (Añez, s.f.), así sea un negocio pequeño o de cualquier tamaño, la relación con los clientes es una base del éxito porque consiste en la forma de comunicarse y tratar a los clientes, y de esta forma poder lograr obtener fidelidad de los clientes hacia el producto o servicio que se ofrece (Villalobos,2021).

Llegar a establecer una buena relación con los clientes, ayuda a que todo fluya de manera correcta y buena dentro del negocio, empresa u organización ya que, una adecuada comunicación con el cliente genera confianza y esta nunca se debe olvidar al momento de

establecer comunicación con todos los clientes que compran un producto o servicio (Latam.sinch, s.f.), además, asegurar la satisfacción de los clientes impacta de manera positiva en las ventas de un negocio porque contribuye a que siempre se puedan conseguir nuevos consumidores (Escribano,2016).

Es importante conocer al cliente y más que todas sus necesidades, actualmente las TIC permiten mantener una mejor cercanía con la clientela dentro de un negocio, entre eso se puede destacar el uso de un software conocido como CRM y ¿Qué es CRM? Se puede definir al CRM como un software que ayuda a los negocios, empresas u organización a poder analizar completamente todas las maneras de actuar e interacciones que tienen los clientes, para así poder identificar mejor sobre sus necesidades y mejorar la captación de nuevos clientes (Salesforce, s.f.), con el implemento de este software se busca siempre mejorar la forma de gestionar una marca, producto o servicio entre los clientes y además obtener su fidelidad.

2.11. Sistema.

Un sistema es el conjunto o unión de diferentes elementos en la que existe una relación y que trabaja o interaccionan entre sí. Al momento de que se crea un sistema se debe saber los elementos necesarios que lo conforman, estos son:

2.11.1. Entradas.

Toda la información y datos que ingresan.

2.11.2. Procesos.

Son todos los cambios que se le establecen a las entradas.

2.11.3. Salidas.

Son los resultados después de los procesos que se realizaron.

2.12. Sistemas de información.

Los sistemas de información se conforman por hardware, software y el recurso humano y se han establecen para poder manejar de mejor forma la información dentro de una

empresa o negocio, todo esto para poder agilizar el flujo de información que se maneja, debido a veces al ser bastante la llegada de datos es importante manejar un sistema específico que se encargue de realizar las tareas más complicadas, de tal forma que para los jefes, gerentes o trabajadores exista mayor facilidad para comprender esa información y saber cómo dividir las tarea.

De acuerdo al autor Joyanes (2015) “un sistema de información es un sistema que captura (recoge), procesa, almacena, analiza y disemina (distribuye) información para un objetivo o propósito específico” (p.6), esto indica que los sistemas de información se crean para realizar diferentes actividades enfocadas en las tecnologías de la información y comunicación, es decir, al establecer un sistema de información se quiere fomentar que realizar actividades lleven un mejor orden y control, para que de este modo se pueda tener una información más concreta sobre lo que pasa en las transacciones, ventas, compras, procesos, planes, etc.

Los sistemas de información cada vez son más importantes dentro de los negocios permiten mantener un orden y organización de toda la información que se genere en cualquier momento. Actualmente los sistemas informáticos son indispensables para un negocio porque estos necesitan de la información para poder subsistir y progresar, lo que ayudara ampliar su alcance hacia diferentes zonas muy lejanas y dar un cambio a la forma en la que un dueño maneja su comercio (Hamidian y Ospino, 2015).

Hay que identificar y entender que hay diferentes tipos de sistemas de información que existen, los cuales se identifican los siguientes:

2.12.1. Sistema de procesamiento de transacciones (TPS).

Lo que implica este sistema de información de transacciones es ayudar con la recolección, almacenamiento, modificación y también la recuperación de todas las transacciones que realiza un negocio, es decir, al momento de que se realiza un pago, analizar y verificar toda la información que se genera con ese pago y hacia dónde dirigirla.

2.12.2. Sistema de información gerencial (SIG).

Los Sistemas de Información Gerencial (SIG) son toda una agrupación de diversos componentes, con el único fin de recoger, acumular, procesar y suministrar diferentes datos o información digital, este sistema tiende a estar compuesto por hardware, software, bases de datos, la telecomunicación, los servidores, los humanos y el método (Romero y Castillo,2017).

Establecer un sistema de información gerencial es una ayuda para poder mejorar la forma en que maneja la información un negocio, comercio o empresa porque va a facilitar que todos los datos que se encuentren o se tengan se puedan condensar dentro de un hardware y software, al conformar un sistema de información gerencial se espera poder organizar, controlar, analizar y visualizar de mejor forma la misma información que maneja la empresa en base a sus productos o servicios, un ejemplo claro de estos sistemas es el sistema de nómina.

2.12.3. Sistema de automatización de oficina (OAS).

Un sistema de automatización de oficina (OAS) es todo un grupo de tecnologías de la información y comunicación que posibilitan aumentar la productividad que tienen todos los trabajos tradicionales y típicos que hay en una oficina (Moncada,2014).

Estos sistemas se crean con el objetivo de que exista una mejora en aquellas actividades que se realizan dentro de una oficina, lo que se busca es salir de la cotidianidad y exagerado trabajo de oficina, que a veces se convierte en actividades demasiado complicados de realizar, cuando se habla de automatización, todo esto se refiere al uso de hardware o software que se utiliza para realizar ciertas tareas, podemos tener en cuenta el uso de las hojas de cálculo de Excel como un sistema de automatización porque permite una mejor visualización y establecimiento de datos e información, estos sistemas pueden ser:

- 2.12.3.1. Gestores de base de datos.** En estos se engloban y se tienden almacenar un gran conjunto de datos de forma ordenada.
- 2.12.3.2. Exploradores de internet.** En estos se engloban y se tienden almacenar un gran conjunto de datos de forma ordenada.
- 2.12.3.3. Gestores de correo electrónico.** Programa que da la oportunidad a los usuarios gestionar y también trabajar con distintas cuentas de correo al mismo tiempo.
- 2.12.3.4. Programas para presentaciones.** Su función se establece para crear presentaciones de manera sencilla y rápida de forma que los trabajadores puedan demostrar sus ideas a los demás.
- 2.12.3.5. Organizadores personales.** Aquellos programas donde se puede organizar todas las actividades personales y que exista mejor orden sobre las actividades que se realizan cada día.

2.12.4. Sistema de soporte a la decisión (DSS).

Un sistema que se enfoca en mejorar la toma de decisiones, mediante cierto tipo de simulaciones poder contestar las preguntas de ¿Qué pasara? Y ¿Qué impacto tendrá?, para de tal forma mejorar las decisiones que se tomaran en esas situaciones y poder cambiarlas o reestructurarlas.

Al tener un sistema de soporte a la decisión se ayuda a poder combatir la incertidumbres o dudas que generan ciertos objetivos o metas para que de esta forma no se corran riesgos muy elevados que puedan influir en la caída de la empresa o en la mala toma de decisión.

2.12.5. Sistema Experto (SE)

Este sistema es aquel sistema que trabaja en la forma que lo haría un experto en cierta situación.

Lo que quiere decir que un sistema experto trata de emular todo y resolver los problemas que se propongan tal cual lo haría un experto en esa área, de tal forma que se tengan ciertas alternativas sobre qué resultados podría tener un problema.

2.12.6. Sistema de trabajo del conocimiento (KWS).

Son sistemas que se estipulan para dar una ayuda para aquellos que realizan sus trabajos en base al conocimiento y además en que pueda crear e integrar nuevos conocimientos dentro de una empresa y negocio.

2.13. Rendimiento.

Todos los beneficios que se llegan a obtener de un determinado proceso, así sea de carácter legal, económico, personal u otro tipo (Sierra,2020).

2.14. Competitividad.

De forma sencilla se puede expresar a la competitividad como la capacidad de competir ante otros, pero también Ramírez (2006) expresa, “competitividad es la capacidad de sortear y salir de los escenarios pesimistas y poco alentadores que se presenten en el desarrollo de las actividades económicas y sociales de cada uno de los agentes económicos”. (p111), la forma en la que actúan los negocios, empresas, instituciones y las propias personas ante los diferentes tipos de escenarios negativos se lo expresa de cierta forma como competitividad porque se demuestran las ganas de avanzar y crecer en el mercado ya sea estableciendo nuevas estrategias o buscando soluciones a esos problemas por lo tanto competitividad no solo es la capacidad de competir ante otros sino la forma de actuar y superarse cada día más.

2.14.1. Las TIC como ventaja competitiva.

“La tecnología de la información se ha convertido en una parte importante de la empresa moderna del mundo, de tal forma que también puede contribuir a lograr la ventaja

competitiva para superar a sus competidores, por ejemplo, permite la presencia empresarial en el ciberespacio a través del Internet” (Alvarez y Llerena, 2010, p.7).

Las TIC demuestran que son una ventaja competitiva grande en la que se puede confiar, la manera que abre posibilidades de mejorar ante la competencia y tomar eso como una ventaja para crecer en el mercado, la hacen realmente importante para implementar, conocer y usar. No solamente dan la oportunidad de crecer en un solo mercado pues permiten expandirse hacia más áreas, el internet y las redes sociales son una enorme ventaja competitiva de la que se puede sacar provecho con estas tecnologías, ayudan a poder establecer una variedad sin fin de diferentes sistemas informáticos que permitirán tener mejor control, organización y toma de decisiones, además, establecen una mejor forma de comercializar un producto o servicio yendo desde el uso de las redes sociales, páginas web, creación de aplicaciones específicas para clientes, marketing digital, esto quiere decir que las TIC abren un margen de posibilidades extenso en cuanto a ventajas competitivas solamente hay que poner el empeño en conocerlas muy bien porque a veces no conocerlas puede significar su mal uso y poca ayuda.

3. DIAGNOSTICO

3.1. Pregunta 1. ¿Tiene un nivel de conocimiento básico sobre las TIC?

Tabla 10.

Conocimiento básico sobre las TIC

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	158	51%
No	159	49%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 4

¿Tiene un nivel de conocimiento básico sobre las TIC?



Elaborado por Jonathan Intriago.

Análisis e interpretación de los resultados.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se ha podido determinar sobre el conocimiento que tienen los responsables o dueño de los negocios sobre las TIC, se obtuvieron resultados muy interesantes con respecto a este tema, con 158 respondiendo que si tienen un nivel de conocimiento básico con respecto a las TIC, estos equivaliendo al 50% del total de los encuestados, mientras que el 50% restante que equivale a 159 personas no tienen un conocimiento básico sobre las TIC, demostrando que de los negocios en la Zona Comercial Nuevo Tarqui si hay dueños y responsables con un conocimiento básico sobre TIC.

Con estos resultados se demuestra el nivel de conocimiento de los responsables en cuanto a TIC y a gracias a estos se podrá crear estrategias para aumentar el nivel de conocimiento sobre las TIC en los negocios.

3.2. Pregunta 2. ¿Dentro de su negocio se usa recursos tecnológicos?

Tabla 11.

Uso de recursos tecnológicos

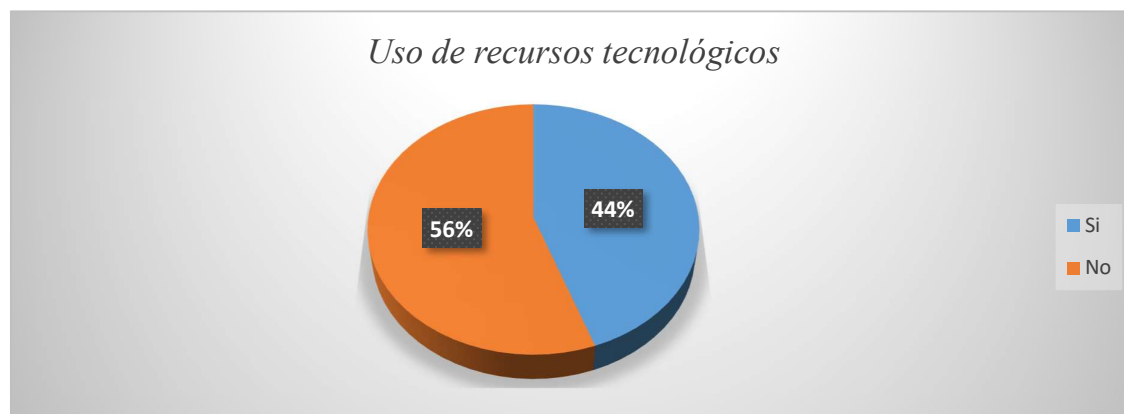
Indicador	Absoluta	Relativa
Si	141	44%
No	176	56%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 5

¿Dentro de su negocio se usa recursos tecnológicos?



Elaborado por Jonathan Intriago.

Análisis e interpretación de los resultados.

Teniendo en cuenta lo que se representa en el gráfico, se puede observar que un 56% de los negocios que equivalen al 176 del total de encuestados no usan recursos tecnológicos, mientras que los 141 negocios restantes, que son un 44% del total de los encuestados si usan recursos tecnológicos, por lo tanto, existe una cantidad aceptable de negocios que implementan internet, aunque el porcentaje de los que no la implementan es mayor, no se

nota una excesiva diferencia, gracias a estos resultados se puede apreciar de mejor forma el uso de los recursos tecnológicos en estos negocios y poder crear medidas para aumentar el uso de estos mismos.

3.3. Pregunta 3. ¿Almacena y organiza la información mediante el uso de algún sistema informático?

Tabla 12.

Uso de sistema informático

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	131	41%
No	186	59%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago

Figura# 6

¿Almacena y organiza la información mediante el uso de algún sistema informático?



Elaborado por Jonathan Intriago

Análisis e interpretación de los resultados.

De acuerdo a los datos establecidos se demuestra que 131 negocios que equivalen al 41% del total, si usan un sistema informático, mientras que, los otros 186 negocios que son el 59% faltante, no usan o establecen uno, por lo tanto, existen más negocios que no usan sistemas informáticos para su negocio, aunque la brecha entra los que no usan y si usan no es tan

amplia. Estos resultados van a permitir que se logre el uso de los sistemas informáticos en un 80%

3.4. Pregunta 4. ¿En su negocio se comunica con otros clientes mediante el uso de dispositivos tecnológicos para vender su producto o servicio?

Tabla 13.

Comunicación mediante el uso de dispositivos

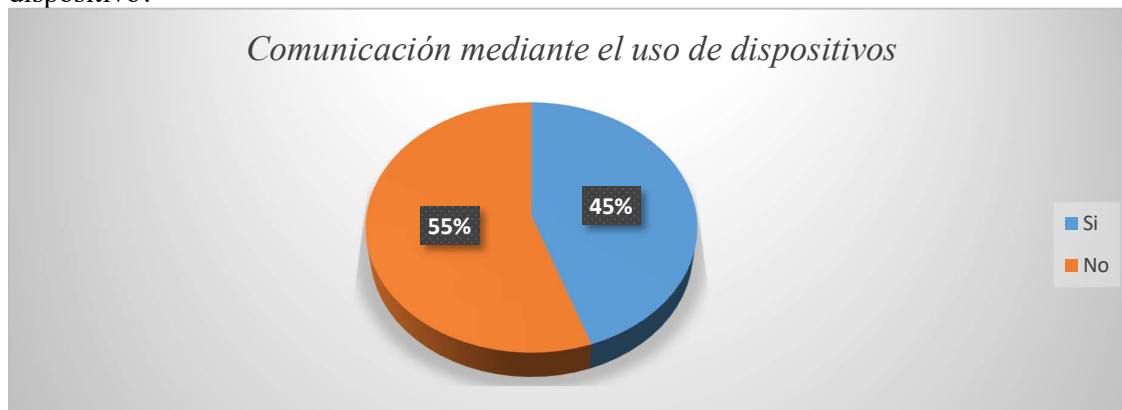
Indicador	Absoluta	Relativa
Si	145	46%
No	172	54%
TOTAL	326	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 7

¿En su negocio se comunica con otros clientes o negocios mediante el uso de algún dispositivo?



Elaborado por Jonathan Intriago.

Análisis e interpretación de los resultados.

Se observa que el 46% equivalente a 145 negocios si se comunican mediante dispositivos tecnológicos para vender su producto y servicio, y que 172 negocios que son el 54% del total no usan ningún dispositivo tecnológico, esto demuestra que hay un mayor número de negocios sin dispositivos tecnológicos. Estos resultados permiten visualizar de manera más

específica sobre el uso de los dispositivos de comunicación en los negocios y como repercuten en las actividades de los negocios.

3.5. Pregunta 5. ¿Utiliza las redes sociales para captar la atención de nuevos clientes?

Tabla 14.

Uso de redes sociales para captar atención de nuevos clientes.

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	134	42%
No	183	58%
TOTAL	326	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.
Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 8

¿Utiliza las redes sociales para captar la atención de nuevos clientes?



Elaborado por Jonathan Intriago.

Análisis e interpretación de los resultados.

Se determina que el 42% de los negocios, iguales a 134 negocios si utilizan las redes sociales para captar atención de nuevos clientes, por otro lado, el otro 58% que son 183 negocios no las usan, esto quiere decir que hay un alto porcentaje de importante de negocios que utilizan las redes sociales para captar atención de nuevos clientes, pero aún hay muchos negocios que

no las desean usar. Los resultados obtenidos ayudaran a que se fomente el uso de las redes sociales como una plataforma para captar la atención de nuevos clientes.

3.6. Pregunta 6. ¿Usted cree necesario invertir o seguir invirtiendo en recursos tecnológicos para su negocio?

Tabla 15.

Inversión en las TIC

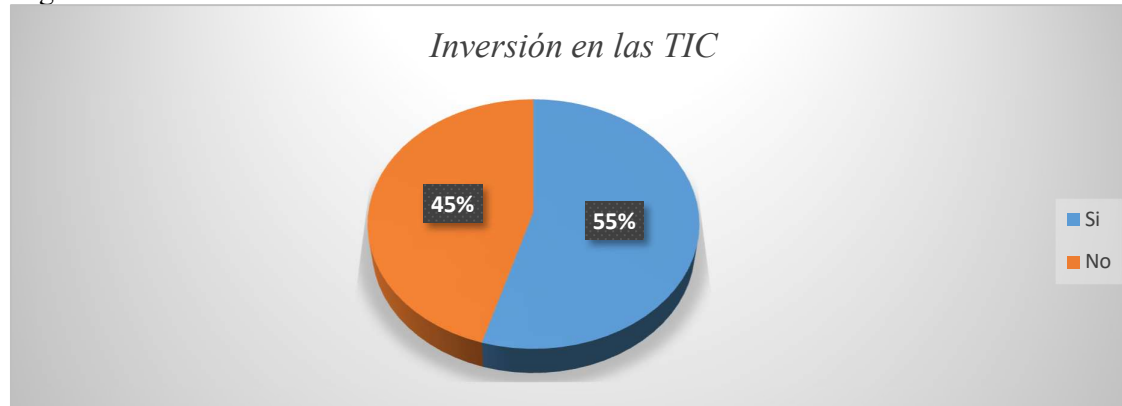
Indicador	Absoluta	Relativa
Si	173	55%
No	144	45%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 9

¿Usted cree necesario invertir o seguir invirtiendo en recursos tecnológicos para de su negocio?



Elaborado por Jonathan Intriago

Análisis e interpretación de los resultados.

Se aprecia que 173 encuestados igual al 55% de los negocios señalan que, si creen que es necesario invertir en las TIC (recursos tecnológicos), por el contrario, los que no creen que sea una necesidad son el 45% de los negocios que equivalen a los 144 negocios encuestados restantes, esto expresa que en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui si ven como necesario invertir en las TIC (recursos tecnológicos) para sus negocios. Gracias a estos

resultados se demuestra la necesidad que tienen los negocios en invertir en las TIC y poder ayudar a que la inversión en las TIC aumente en un 70%.

3.7. Pregunta 7. ¿Al momento que comenzó a usar recursos tecnológicos en su negocio, este obtuvo una ventaja competitiva ante otros?

Tabla 16.

TIC como ventaja competitiva

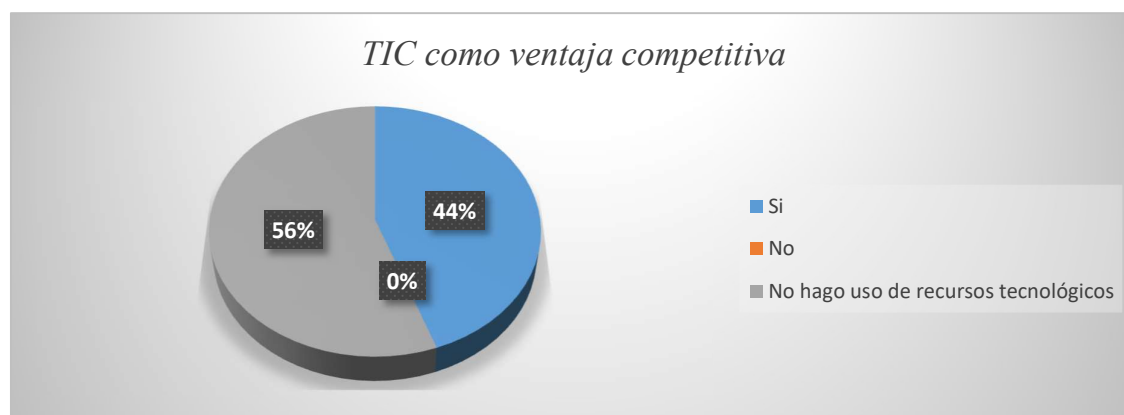
Indicador	Absoluta	Relativa
Si	141	44%
No	0	0%
No hago uso de recursos tecnológicos	176	56%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago

Figura# 10

¿Al momento que comenzó usar recursos tecnológicos, este obtuvo una ventaja competitiva ante otros?



Elaborado por Jonathan Intriago.

Análisis e interpretación de los resultados.

Se puede identificar que en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui 136 de ellos, equivalentes al 43% han respondido que si se han obtenido una ventaja competitiva al emplear TIC (recursos tecnológicos), mientras se expresa que un 0% de los negocios no han

obtenido una ventaja competitiva al emplear TIC (recursos tecnológicos), y que los demás 181 negocios encuestados restantes que son el 56% faltante han respondido que no han hecho uso de las TIC (recursos tecnológicos) en su negocio, por lo tanto, ellos no demuestran un aumento de competitividad en el mercado entonces lo que se visualiza es que los negocios que ya comienzan a implementar las Tecnologías de la Información y Comunicación se han vuelto más competitivos. Con estos resultados se puede apreciar de mejor forma la ayuda que tienen las TIC en dar una ventaja competitiva en los negocios que si las utilizan.

3.8. Pregunta 8. ¿El negocio ha tenido un aumento de las ventas después de haber implementado el uso de recursos tecnológicos?

Tabla 17.

Aumento de ventas

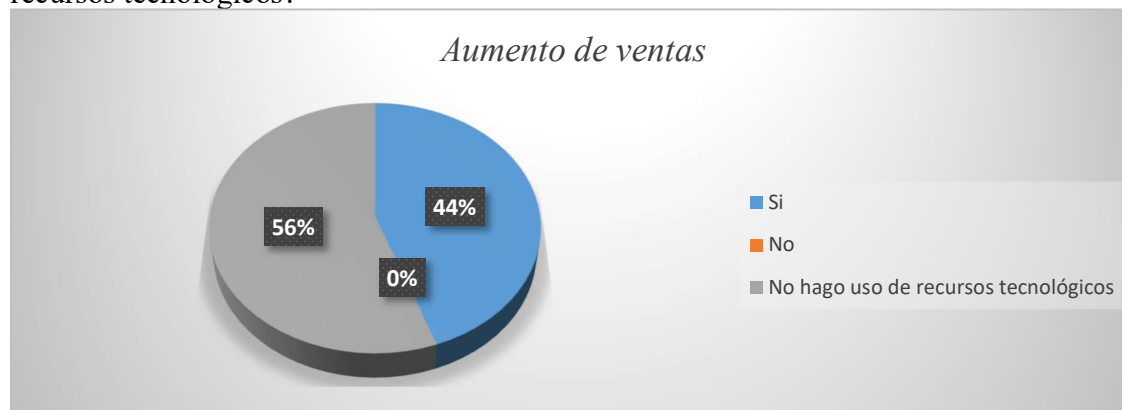
Indicador	Absoluta	Relativa
Si	141	44%
No	0	0%
No hago uso de recursos tecnológicos	176	56%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 11

¿El negocio ha tenido un aumento de ventas después de haber implementado el uso de recursos tecnológicos?



Elaborado por Jonathan Intriago
Análisis e interpretación de los resultados.

Conforme a los datos expresados se puede visualizar que el 44% de los negocios que son 141 de total de encuestados han contestado que han tenido un aumento de las ventas después que implementaron TIC (recursos tecnológicos), existe un 0% de negocios que al implementar las TIC (recursos tecnológicos) no han tenido un aumento de las ventas, mientras que los demás 176 negocios expresados en un 56% del total han respondido que no han implementado las TIC (recursos tecnológicos), por lo cual estos negocios no demuestran un cambio, con estos resultados se puede entender que el uso de las TIC ayudan a aumentar las ventas de los negocios que las utilizan.

3.9. Pregunta 9. ¿Establecer recursos tecnológicos en su comercio le ha ayudado a tener una mejor relación con los clientes?

Tabla 18.

Relación con clientes

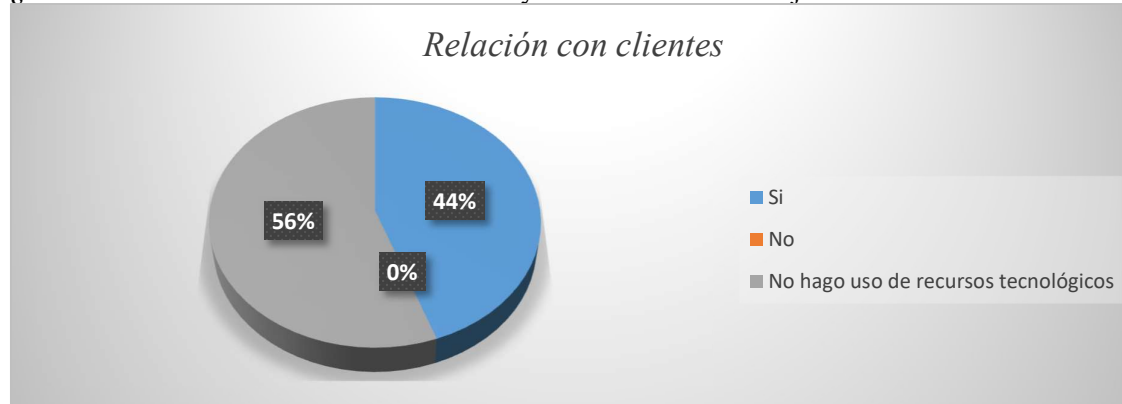
Indicador	Absoluta	Relativa
Si	146	44%
No	0	0%
No hago uso de recursos tecnológicos	176	56%
TOTAL	317	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.

Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 12

¿Establecer las TIC en su comercio le ha ayudado a tener una mejor relación con los clientes?



Elaborado por Jonathan Intriago

Análisis e interpretación de los resultados.

De acuerdo a los resultados establecidos, hay 44% de negocios que son 146 encuestados que ha terminado contestando que el establecer las TIC(recursos tecnológicos) le ha ayudado a mejorar su relación con clientes, mientras tanto que se observa un 0% en la respuesta no, lo que demuestra que no hay negocio que no le haya ayudado a mejorar su relación con clientes, por el contrario, aún se denota que existe un 56% de negocios que hacen uso de las TIC(recursos tecnológicos) por lo que dentro de estos negocios no hay un cambio importante, con estos resultados se puede observar como el uso de las TIC permite obtener mejoras en la relación con clientes.

3.10. Pregunta 10. ¿Al establecer el uso de recursos tecnológicos, su negocio se ha vuelto más eficiente en la realización de tareas?

Tabla 19.

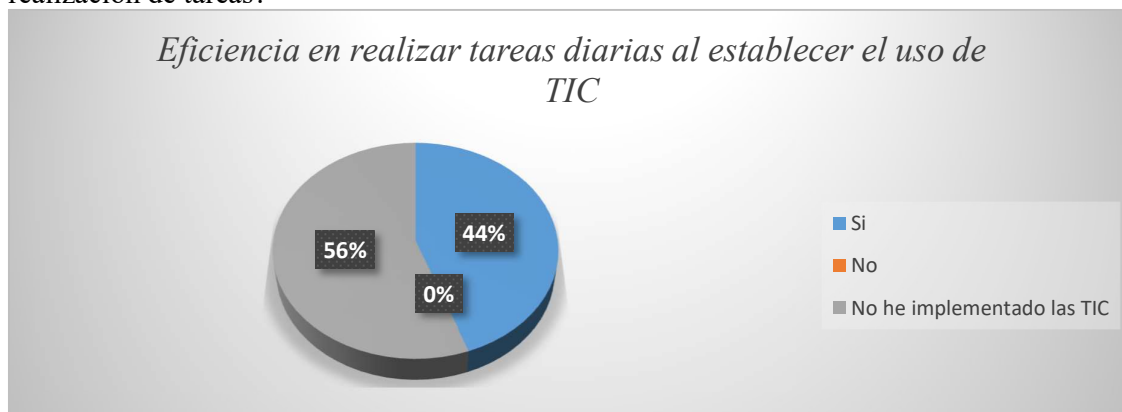
Eficiencia en realizar tareas diarias al establecer el uso de TIC

Indicador	Absoluta	Relativa
Si	141	44%
No	0	0%
No hago uso de recursos tecnológicos	176	56%
TOTAL	326	100%

Nota. Fuente: Responsables o dueños de los negocios que se encuentran en el sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui.
Elaborado por Jonathan Intriago.

Figura# 13

¿Al establecer el uso recursos tecnológicos, su negocio se ha vuelto más eficiente en la realización de tareas?



Elaborado por Jonathan Intriago

Análisis e interpretación de los resultados.

Se prueba que el 44% de los negocios, equivaliendo a 144 negocios, al usar las TIC se han vuelto más eficientes en realizar sus tareas (recursos tecnológicos), ningún negocio ha respondido que al hacer uso de las TIC (recursos tecnológicos), en sus negocios no se han vuelto más eficientes, por eso se expresa un 0%, pero si se establece que el 56% faltante son aquellos que no hacen uso de las TIC (recursos tecnológicos), por lo tanto, en estos negocios no existe un cambio, estos resultados ayudan a conocer que aquellos negocios en la Zona Comercial Nuevo Tarqui que usan las TIC (recursos tecnológicos) pueden lograr ser más eficientes en realizar sus actividades.

4. PROPUESTA

4.1. Título.

Capacitación de las TIC como herramienta para mejorar el desempeño de los negocios en la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

4.2. Objetivo.

Aumentar el uso e implementación de las TIC en los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

4.3. Descripción de la propuesta.

Esta propuesta lo que busca es aumentar el implemento y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación de aquellos negocios en la Zona Comercial Nuevo Tarqui que aún no las utilizan o las ven como una ventaja competitiva para su negocio.

La mejora que se puede obtener con simplemente utilizar un poco de esta tecnología es realmente alta, aunque ciertos factores causan que no sea implementada, ya sea la poca falta de conocimiento, el rechazo a lo nuevo o simplemente negarse al cambio puede hacer que las TIC no sean vistas como herramientas para una gran cantidad de negocios, llegando a ser más del 50% de negocios que no las han implementado en la zona ya antes mencionada. Por lo consiguiente lo que se propone es una capacitación en donde se exponen diferentes puntos importantes sobre las TIC, desde ciertos conceptos básicos hasta los beneficios.

4.4. Metodología.

Para actuar ante se propone realizar una tabla donde se denota los temas propuestas a exponer a los dueños de los negocios en Zona Comercial Nuevo Tarqui, de acuerdo a las dimensiones se aportan diferentes temas, además, del tiempo establecido para cada charla.

Para realizar este plan primero:

Tener una charla con aquellos que administran la Zona Comercial Nuevo Tarqui.

Establecer los temas acordados y buscar a quienes la darían.

Se hará un llamado a los negocios para ir a la capacitación, sea vía internet o físicamente o por medio de un comunicado en las entradas.

Pedir que se comuniquen y notifique aquellos negocios que no les interese ir a la charla y guardar sus razones.

Establecer una división de grupos para que se puede dar charla a cada grupo por semana.

Realizar la charla.

Al final de la charla se hará una encuesta para analizar el nivel de conocimiento que obtuvieron de acuerdo a la capacitación.

Se establece el siguiente cuadro de temas de capacitación:

4.5. Plan de capacitación.

Tabla 20.

Plan de capacitación.

Dimensión	Tema	Objetivo	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Conocimiento	¿Qué son las TIC?	Conocer sobre las TIC	Ingeniero en Tecnologías de la Información y Comunicación	1 HORA	\$400
Tecnología	Recursos tecnológicos que pueden usar los negocios.	Comprender sobre los recursos tecnológicos que existen para un negocio	Ingeniero en Tecnologías de la Información y Comunicación	1 HORA	\$400
Información	Los sistemas de información y su ayuda en la recolección de información para los negocios, los diferentes sistemas de información que pueden usar pequeños negocios.	Entender el manejo de los sistemas de información.	Ingeniero en Sistemas	1 HORA	\$400
Comunicación	Importancia del uso de los dispositivos de comunicación y la mejor forma de utilizar las redes sociales para hacer crecer un negocio.	Conocer la importancia de los dispositivos de comunicación y las ventajas de las redes sociales para un negocio.	Licenciado en Marketing	1 HORA	\$400
		Lograr hacer conocer la importancia que da invertir en las TIC.	Ingeniero en Tecnologías de la		

Invertir	¿Cómo ayuda la inversión en las TIC para los negocios?		Información y Comunicación	1 HORA	\$400
Competitividad	¿Las TIC mejoran la competitividad en el negocio?	Fomentar el uso de las TIC como ventaja competitiva para los negocios.	Lic. en Administración de Empresas	1 HORA	\$400
Rendimiento	¿Qué beneficios se pueden esperar al adoptar las TIC en un negocio? Ejemplos de otros negocios que adoptan TIC	Aumentar el uso de las TIC en los negocios	Ingeniero en Tecnologías de la Información y Comunicación	1 HORA	\$400

CONCLUSIONES

Las tecnologías de la información y comunicación aportan ciertas ventajas que ayudan a la mejora de negocios, permiten tener una mejor accesibilidad a la información, establecer una mejor comunicación, tener un mayor rango en el mercado con el uso del internet en donde se puede destacar la utilización de redes sociales, lo que demuestra que el uso de las TIC es realmente beneficioso para cualquier negocio, ya sea un emprendimiento o uno pequeño la ayuda que genera esta tecnología es realmente gigante.

En los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui existe una cantidad estable de dueños que tienen un conocimiento referente a las TIC, pero aun así existe un bajo impacto en cuanto a los negocios que adoptan y usan las TIC (recursos tecnológicos) en sus negocios, lo que se representa como un impacto negativo en cuanto a la utilización de esta tecnología.

Hay alta cantidad negocios que no utilizan dispositivos tecnológicos para comunicarse con otros clientes, además, existe poco uso de las redes sociales para captar atención de nuevos clientes lo que genera que no se expanda su mercado hacia otros lugares.

En los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui hay una alta cantidad de negocios que ven importante invertir en las TIC debido a que ellos entienden que las nuevas tecnologías están comenzando a crecer cada vez más y ellos necesitan adecuarse a esos cambios tecnológicos, aunque también existen negocios que rechazan la idea de adoptar recursos tecnológicos por el hecho de que no las saben usar y no se sienten cómodos usándolas.

En aquellos negocios que usan las TIC se puede evidenciar que presentan bastantes beneficios, desde tener una mejor competitividad y un mejor rendimiento, que se evidencia en su aumento de ventas, mejor relación con clientes y ser más eficiente en realizar las actividades diarias.

RECOMENDACIONES.

Se recomienda capacitar a todos los negocios que conforman la Zona Comercial Nuevo Tarqui para que entiendan la importancia sobre las TIC actualmente y los beneficios que pueden obtendrían al usarlas regularmente.

Hacia los investigadores, se recomienda que realicen más investigaciones donde se visualice el impacto de las TIC ya sea en la misma zona comercial en años posteriores o en las zonas donde no exista información conocida.

BIBLIOGRAFIA

- Alegsa. (2018). Definición de Tecnología - ALEGSA © 2018-08-27
<https://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>
- Alvarez Coto, A., & Lerrena Andrade, M. (2010). Impacto de las TICs en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, Año 2010[Trabajo Fin de Grado, Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio institucional UTPL.
<http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/handle/123456789/2568>
- bmfinversiones. (s.f.). Factores para evaluar los riesgos de una inversión.
<https://www.bmfinversiones.com/blog/como-evaluar-riesgos-de-inversion#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20riesgo%20de,p%C3%A9rdida%20supere%20la%20inversi%C3%B3n%20inicial.>
- Casas, J., Repullo, JR., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, Vol. 31. Núm. 8, 537-538. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Cedeño Troya, F., & Townsend Valencia, J. (2021). Evaluación de la inversión en tic como factor de competitividad de las empresas Pymes del cantón Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 452-462. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000200452
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7ª ed.) McGraw-Hill Interamericana.
- ConceptoDefinición. (2021). *Definición de Zona comercial*. <https://conceptodefinicion.de/zona-comercial/>

- Diferenciador. (s.f.). *Ventajas y desventajas de las TIC*. <https://www.diferenciador.com/ventajas-y-desventajas-de-las-tic/>
- Equipo Editorial Etecé. (2021). *TICs*. <https://concepto.de/tics/>
- Escribano, G. (2016). *Como mantener buenas relaciones con los clientes*. <https://www.fundingcircle.com/es/blog/mantener-buenas-relaciones-clientes>
- Espín Torres, D. A. (2020). *Incidencia de las TIC en las pymes de la ciudad de Santo Domingo*. https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UNIANDES_f00fd15bf4f051d135df8ec7d11f33f9
- Ferrel, O.C., Hirt, G.A., & Ferrel, L. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante* (7ª ed.) McGraw-Hill Interamericana.
- Galiano, R. (2014). *La comunicación: Importancia, necesidad y procedimiento metodológico* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Jaén]. https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/923/7/TFG_GalianoCarrion%2CRaul.pdf
- García, F., Pereira, Z., & Puello, J. (2018). Análisis del Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las pequeñas y medianas empresas de Cartagena-Colombia. *Revista saber, ciencia y libertad*, Vol. 13, N° 2, 147-162. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6770957>
- Gazzaneo, J., & Molín, G. (2020). *Las tecnologías de información y el crecimiento económico: un recorrido de 360 grados* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de San Andrés]. Repositorio Digital San Andrés. <http://hdl.handle.net/10908/18728>
- Hamidian, B., & Ospino, G. (2015). ¿Por qué los sistemas de información son esenciales? *Revista Anuario*, Volumen 38, p161-183. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/derecho/revista/idc38/art07.pdf>

<https://latam.sinch.com/es/blog/relacion-con-el-cliente-todo-sobre-el-tema-y-un-poco-mas/#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20relaci%C3%B3n%20con%20el%20cliente&text=Adem%C3%A1s%20de%20ser%20un%20tema,su%20ciclo%20en%20tu%20empresa.>

https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/mini_guiaticpyme.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). Encuesta Estructural Empresarial.

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Estructural_Empresarial/2018/2018_ENESEM_Boletin_tecnico.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (abril,2021). Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo).

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

Investigación Científica. (s.f.). *Alcances de la investigación científica.*

<https://investigacioncientifica.org/alcance-la-investigacion-cientifica/>

Joyanes, L. (2015). *Sistemas de información. El impacto de la nube, la movilidad y los medios sociales (primera edición)* ALFAOMEGA.

Latam.sinch. (s.f.). *Relación con el cliente: ¡todo sobre el tema (y un poco más)!*

López, José. (2018). *Inversión*. <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

Martín, J. (s.f.). *Temas relacionados con las Tecnologías de Información en las Empresas.*

https://diarium.usal.es/i_jmartin/importancia-de-las-tic-en-las-empresas/

Moncada, P. (2014). *Sistema de automatización de oficina (OAS)* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Cundinamarca seccional Ubaté]. DOCPLAYER

<https://docplayer.es/50867682-Sistema-de-automatizacion-de-oficina-oas-paola-andrea-moncada-antonio-codigo-sistemas-de-informacion.html>

Montaleza, Luis. (2017). *El mercado de las TIC's y su contribución en el desarrollo económico ecuatoriano, período 2007-2017* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Guayaquil].

Repositorio Institucional Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40837>

Montano, J. (2020). *Historia de las TICs: desde su Origen Hasta la Actualidad*.

Lifeder. <https://www.lifeder.com/historia-tics/>

Muñoz, F. (2021). *La liquidez de inversión se refiere a convertir tu inversión en dinero disponible*.

<https://veletta.mx/liquidez-de-inversion-que-es-y-como-se-relaciona-con-el-rendimiento/>

Pacheco Barrera, D. D., & Rodríguez Ollarves, R. J. (2020). Las TIC como estrategia competitiva

en la gestión empresarial. *Revista Enfoques*, 3(12), 286–298.

<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i12.72>

Quiroga-Parra, D.J., Torrent-Sellens, J., & Murcia-Zorrilla, C.P. (2017). Las tecnologías de la información en América Latina, su incidencia en la productividad: Un análisis comparado

con países desarrollados. *Dyna*, vol. 84, núm. 200, 281-29.

<https://doi.org/10.15446/dyna.v84n200.60632>

Quiroga-Parra, D.J., Torrent-Sellens, J., & Murcia-Zorrilla, C.P. (2017). Usos de las TIC en América Latina: una caracterización. *Scielo*, vol. 25, núm. 2, 289-305.

<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000200289>

Ramírez, F. L. (2006). La competitividad. ¿a qué se refiere? *Ensayos de Economía*, 16(29), 107-

117. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/24712>

- Rodríguez, J. (2019). Impacto de las TIC y redes sociales en la empresa [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena]. Repositorio upct.
<http://hdl.handle.net/10317/7914>
- Romero, J., & Castillo, E. (2017). Diseño del programa de mejoramiento del sistema gerencial para generar una comercialización sostenible de papa común en el proceso de compra al interior de la corporación de abastos de Bogotá S.A. *Revista de Tecnología*, 16 (1), 15-32.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6546152>
- Salesforce. (s.f.). ¿Qué es CRM? <https://www.salesforce.com/mx/crm/>
- Sierra, Y. (2020). Qué es el rendimiento financiero, productivo y laboral.
<https://blog.lemontech.com/que-es-el-rendimiento/>
- Significados.com. (s.f.). Qué es inversión. <https://www.significados.com/inversion/>
- Software DELSOL. (s.f.). *Tecnologías de la información y comunicación (TIC)*.
<https://www.sdelisol.com/glosario/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/#:~:text=Las%20TIC%20est%C3%A1n%20formadas%20por,y%20el%20software%20o%20sistemas>
- TECNO2015. (2015). *Tecnología ¿Un beneficio o una adicción? La dependencia tecnológica*.
DOCPLAYER.<https://docplayer.es/15168072-Tecnologia-un-beneficio-o-una-adiccion-la-dependencia-tecnologica.html>
- Ulluari, C. (2016). *Impacto de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en el crecimiento económico del Ecuador, sector productivo, período 2000-2014*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Digital USG.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5049>
- Vidal, Á., & Billorou, N. (s.f.). *¿En qué pueden las TIC ayudar a mi negocio?*

Villalobos, C. (2021). *Qué es la relación con el cliente (y cómo puedes mejorarla)*.
<https://blog.hubspot.es/service/relacion-con-clientes>

Vinueza, S., & Simbaña, V. (2017). Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la matriz productiva. *Revista publicando*, vol. 4 Núm. 11(1), 410-421.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/534>

Zambrano, K., Parraga, L., & Rivadeneira, F. (2017). *Las tecnologías de la información y comunicación en las Pequeñas y medianas empresas de la Zona Norte de Manabí, Ecuador*.
https://www.researchgate.net/publication/321840768_Las_tecnologias_de_la_informacion_y_comunicacion_en_las_Pequeñas_y_medianas_empresas_de_la_Zona_Norte_de_Manabi_Ecuador

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuestas dirigidas a los negocios de la Zona Comercial Nuevo Tarqui.



Encuesta hecha para comprender sobre las Tecnologías de la Información de su Negocio.

INSTRUCCIONES:

Pido amablemente su ayuda en la respuesta de las siguientes preguntas

1. ¿Tiene un nivel de conocimiento básico sobre las TIC?

Si.

No.

2. ¿Dentro de su negocio se usa recursos tecnológicos?

Si.

No.

3. ¿Almacena y organiza la información mediante el uso de algún sistema informático?

Si.

No.

4. ¿En su negocio se comunica con otros clientes mediante el uso de dispositivos tecnológicos para vender su producto o servicio?

Si.

No.

5. ¿Utiliza las redes sociales para captar la atención de nuevos clientes?

Si.

No.

6. ¿Usted cree necesario invertir o seguir invirtiendo en recursos tecnológicos para su negocio?

Si.

No.

7. ¿Al momento que comenzó a usar recursos tecnológicos en su negocio, este obtuvo una ventaja competitiva ante otros?

Si.

No.

8. ¿El negocio ha tenido un aumento de las ventas después de haber implementado el uso de recursos tecnológicos?

Si.

No.

9. ¿Establecer recursos tecnológicos en su comercio le ha ayudado a tener una mejor relación con los clientes?

Si.

No.

10. ¿Al establecer el uso de recursos tecnológicos, su negocio se ha vuelto más eficiente en la realización de tareas?

Si.

No.

Anexo 2. Oficio de autorización para hacer las encuestas en la Zona Comercial Nuevo Tarqui.



Oficio Nro. MTA-DMCA-OFI-300620221413
Manta, 30 de Junio del 2022

ASUNTO: RESPUESTA AL TRÁMITE TE290620221536

Ingeniero
MERO MERO RUBÉN DARIO
DECANO FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ULEAM
En su despacho.

De mi consideración:

Luego de un atento y cordial saludo, en mi calidad de Directora de Mercados, Camales y Comercio Autónomo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Manta, deseándole éxitos en sus funciones diarias, en respuesta al trámite TE290620221536 suscrito por el Ing. Mero Mero Rubén-Decano de la Facultad Ciencias Administrativas de la Uleam, se indica que se le autoriza la solicitud requerida para que el estudiante Intriago Vélez Jonathan Calixto, estudiante de la Carrera Administración de Empresa de la Facultad Ciencias Administrativas de la UNIVERDIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ realice encuestas a los comerciantes de la Zona Comercial Tarqui para culminar su proyecto de investigación en el que indicó que era "Impacto de las Tics en los negocios del sector comercial minorista y mayorista Nuevo Tarqui del Cantón MANTA".

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente
DIANA CAROLINA CEVALLOS TUBAY
DIRECTOR DE MERCADOS, CAMALES Y COMERCIO AUTÓNOMO

Anexo 3. Encuestas realizadas los negocios.

