



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio**  
**Carrera de Gestión de la Información Gerencial**

**TRABAJO DE UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**MODALIDAD ESTUDIO DE CASO**

**Previo a la obtención del título de:**

Licenciada en Gestión de la Información Gerencial

**TEMA:**

Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, año 2024. (Estudio de caso)

**AUTORA:**

Cevallos Arevalo María Isabel

**TUTOR**

Ing. Isabel Barreiro Cedeño, Mg

**MANTA -ECUADOR**

**2025 - 1**

**Tema:**

**Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos  
comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, año 2024.**

**(Estudio de caso)**

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Carrera de Gestión de la Información Gerencial de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular – Estudio de Caso bajo la autoría de la estudiante **CEVALLOS AREVALO MARÍA ISABEL**, legalmente matriculada en la Carrera de Gestión de la Información Gerencial, período académico 2025\_1, cumpliendo el total de 240 horas (96 horas Fase de Diseño y 144 horas Fase de Resultado), cuyo tema del trabajo es: **Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisarito “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, año 2024. (Estudio de Caso).**

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, y la originalidad del mismo, requisitos 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, 07 de agosto de 2025

Lo certifico,



Ing. Isabel Barreiro Cedeño. Mg. GA  
**Docente Tutor**  
Área: Administrativas Contables y Comercio

### **Autoría**

Yo, María Isabel Cevallos Arevalo, con cédula de identidad N.º 131437521-1, estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, siguiendo la carrera de Gestión de la Información Gerencial, declaro ser la autora de este trabajo de titulación: **Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, año 2024. (Estudio de caso).**

El presente Caso de Estudio es realizado con la finalidad de culminar con mi desarrollo académico-profesional, en donde está puesto toda mi dedicación y responsabilidad. En esta investigación se han utilizado fuentes y opiniones externas mismas que se encuentran citadas de acuerdo a las normas correspondientes.

Por ende, asumo la autenticidad de la presente siendo yo la autora exclusiva, y cuya propiedad intelectual le pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

María C.

María Isabel Cevallos Arevalo

**C.I. 131437521-1**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de titulación, primero a Dios por permitirme llegar hasta donde me encuentro, por nunca dejarme caer y regalarme todos los días de mi vida, días que con esfuerzo y cansancio conseguía avanzar más y más sin rendirme nunca.

A mis padres Diana Arevalo Roldán y Heriberto Cevallos Quimi, quiénes me motivaron siempre me inculcaron valores, me enseñaron a nunca rendirme y siempre luchar por lo que quiero, a su inmenso esfuerzo, días de trabajo y compañía, me regalaron hoy la mejor herencia, un título profesional, conseguido con mi sudor y el de ellos.

A mis dos hermanas menores, Gema Cevallos y Ana Cevallos a quienes adoro con mi vida y a mi hermana mayor Diana Cevallos quien me ha apoyado siempre en todo y se convirtió en mi compañera de clases, amiga y confidente.

A mí compañero de vida, Calos Bravo Chávez quien, en todo este tiempo, me brindó su apoyo incondicional, por sus motivaciones y quién a pesar de todo nunca me dejó caer y siempre estuvo presente para que yo nunca me rindiera y siguiera adelante.

A mí familia de padre y madre, amigos y personas que siempre creyeron en mí.

A mis amigas, Roxana Rodríguez, a quien conozco desde el colegio, y por la amistad tan bonita que pudimos continuar ahora la Universidad. A mí amiga Stefanía Loor Valle, dedico la culminación de este proceso, aunque no se encuentre con nosotras, siempre la recordamos y deseamos que se sienta orgullosa de sus amigas que la quisieron mucho.

**Cevallos Arevalo María Isabel**

## **Reconocimiento**

Primeramente, mis agradecimientos a Dios quien es el que me mantiene de pie día a día para seguir adelante con cada uno de mis sueños y objetivos.

A mi madre Diana Marisol Arevalo Roldad y mi padre Julio Heriberto Cevallos Quimi, quienes con su esfuerzo y apoyo incondicional me motivaron a continuar sin rendirme en el camino. A ellos quienes siempre han deseado que sus 4 hijas tengan un título profesional, y siendo la segunda de sus hijas hoy estoy a punto de lograrlo.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí quién me acogió en su establecimiento y me dio la oportunidad de seguir la carrera Gestión de la Información Gerencial perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, en dónde gracias a las diferentes materias pude conocer y experimentar lo que antes no conocía del mundo profesional y laboral. A todos mis docentes, que me formaron en mi proceso estudiantil con sus enseñanzas y conocimientos distintos, han logrado convertirme en una profesional.

A la Ing. Isabel Barreiro Cedeño, quien en calidad de tutora me guío en todo el proceso de titulación, impartiendo en mí sus conocimientos para el desarrollo de mi caso de estudio, con paciencia y dedicación.

**Cevallos Arevalo María Isabel**

## Índice

Tema: .....	2
Certificación del tutor .....	3
Autoría .....	4
Dedicatoria .....	5
Reconocimiento .....	6
Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción .....	12
Antecedentes Investigativos.....	14
Definición del Caso de Estudio.....	17
Justificación del Estudio de Caso .....	20
Objetivos del Estudio de Caso .....	22
Objetivo General .....	22
Objetivos Específicos .....	22
Marco Conceptual.....	23
Gestión Informacional.....	23
Modelos de gestión Informacional.....	23
Tipos de Modelos de Gestión de Información .....	24
Modelo de Gestión de Información de Rowley.....	24
Modelo de Gestión de Información de Páez Urdaneta.....	24
Modelo de Gestión de Información de Choo.....	25

Modelo de Gestión de Información de Ponjuán .....	26
La Innovación en los Emprendimientos Comerciales.....	27
Importancia de la innovación en los emprendimientos comerciales.....	27
Innovación.....	28
Factores que intervienen en la innovación .....	29
Marco Metodológico.....	30
Tipo de Estudio .....	30
Metodología de la investigación .....	30
Contactos claves.....	31
Técnicas e instrumentos .....	31
Observación directa .....	31
Entrevistas .....	31
Alcance y tiempo del Estudio.....	32
Resultados Obtenidos.....	33
Tabla 1.....	33
Ficha de Observación .....	33
Tabla 2:.....	36
Triangulación de Entrevistas Aplicadas .....	36
Análisis de Resultados .....	45
Conclusiones.....	47
Recomendaciones .....	49

Referencias Bibliográficas .....	50
Anexo 1 .....	53
Propuesta de Solución.....	53
Título de la Propuesta.....	53
Introducción .....	53
Objetivos .....	54
Necesidades de información de los usuarios internos y externos .....	55
Estrategias para la Implementación del Modelo de Choo.....	55
Beneficios.....	56
Beneficiarios.....	56
Recursos .....	56
Presupuesto estimado .....	58
Flujo de información para la Implementación del Modelo de Chun Wei Choo .....	59
Cronograma de actividades para la implementación del Modelo de Choo.....	60
Anexo 2.....	61
Evidencias Fotográficas .....	61
Anexo 3.....	62
Ficha de Observación .....	62
Anexo 4.....	63
Entrevista dirigida al personal interno del Comisariato “Centro del Descuento” ....	63

## Resumen

El presente caso de estudio se ha realizado para indagar sobre la gestión de información que se maneja en el Comisariato “Centro del Descuento”, resaltando la importancia de establecer un modelo formal que optimice el uso de los datos y favorezca la innovación del negocio. Tiene como objetivo determinar un Modelo de Gestión Informacional que contribuya a fomentar la Innovación en emprendimientos comerciales, permitiendo una mejor organización, procesamiento y distribución de la información necesaria para mejorar su rendimiento. En esta investigación se emplea el enfoque metodológico cualitativo, en donde se utilizan las técnicas de la observación directa y entrevistas, mismas que permiten identificar cuáles son las deficiencias que se encuentran presentes en términos de gestión informacional y de innovación. Los resultados de este estudio de caso demuestran que en este negocio no existe un sistema formal para el uso de información estratégica, situación que impide la detección de oportunidades innovadoras con las que se pueda responder oportunamente a los cambios en el mercado. Además, que el personal necesita mayor acceso a datos precisos y recuperables, por lo que la organización de la información requiere de un espacio físico y tecnológico. Esta investigación concluye en proponer la implementación del Modelo de Gestión de Información de Chun Wei Choo para impulsar la innovación a través del manejo de la información en el Comisariato “Centro del Descuento” de Montecristi. La implementación de este modelo, junto con auditorías y capacitaciones al personal interno, contribuirá a unificar y optimizar los procesos, mejorar la comunicación y promover un ambiente innovador, garantizando el crecimiento sostenible de este negocio.

**Palabras claves:** Modelo, Gestión informacional, toma de decisiones, innovación, competitividad

### **Abstract**

This case study was conducted to investigate the information management process at the "Centro del Descuento" commissary, highlighting the importance of establishing a formal model that optimizes data use and fosters business innovation. Its objective is to determine an Information Management Model that contributes to fostering innovation in commercial ventures, allowing for better organization, processing, and distribution of the information necessary to improve their performance. This research employs a qualitative methodology, utilizing techniques such as interviews and direct observation to understand and identify gaps in information management and its level of innovation in the market. The findings of this case study demonstrate that this business lacks a formal system for managing strategic information, which impedes the identification of innovation opportunities and the rapid response to constant market changes. Furthermore, staff require greater access to accurate and retrievable data, so organizing information requires a specific physical and technological space. This research concludes by proposing the implementation of an information management model based on Chun Wei Choo's model to improve efficiency, facilitate strategic decision-making, and promote innovation and creativity. The implementation of this model, along with audits and training for internal staff, will contribute to unifying and optimizing processes, improving communication, and promoting an innovative environment, ensuring the sustainable growth of the "Centro del Descuento" Commissariat.

**Keywords:** Model, Information Management, decision-making, innovation, competitiveness.

## **Introducción**

En la presente investigación con el tema Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, año 2024, se manifiesta por el interés de conocer la importancia de gestionar de manera correcta la información, debido a que hoy en día, el mundo empresarial es cada vez competitivo e innovador; y es que la información es el motivo principal de este fenómeno. El éxito de los negocios, empresas y emprendimientos comerciales como es este caso, depende totalmente del uso correcto de este factor.

El objetivo de este estudio es determinar un modelo de gestión informacional que contribuya a fomentar la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro de descuento”; a través de la identificación de las deficiencias y problemáticas en la gestión de información actual, se busca promover una cultura organizacional innovadora y sustentable.

La metodología utilizada en esta investigación es de tipo descriptiva porque permitió tener un enfoque teórico y práctico para comprender y conocer con profundidad la situación actual de la gestión informacional y los factores intervinientes para mejorar la innovación en este emprendimiento.

Este estudio contiene varios componentes, iniciando con el tema que es el que detalla con claridad el contexto en el que se desarrolla, seguido de la introducción, la cual brinda al lector una visión panorámica del trabajo realizado, los antecedentes investigativos que hace referencia al contexto y que han sido desarrollados por otros autores. La definición del caso de estudio el cual permite tener un enfoque más claro y argumentado del problema, además de la justificación que responde el por qué y para qué en base a la importancia, relevancia, factibilidad e impacto social del estudio.

Por consiguiente, se presentan los objetivos del caso de estudio mencionando que es lo que se pretende alcanzar con la investigación realizada, el marco conceptual que es donde se abordan las definiciones, elementos y términos que respaldan el trabajo, seguido del marco metodológico que justifica los procedimientos a seguir para alcanzar los objetivos. Los resultados obtenidos y análisis de los mismos, resaltan los factores encontrados. Así mismo, se presentan las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a las problemáticas. Finalmente, la propuesta.

Esta investigación tiene como resultado, una gestión informacional poco productiva, se caracteriza por la ausencia de un área específica para documentos o registros importantes, además de, la falta de un sistema formal para gestionar todo el ciclo de la información por lo que satisfacen sus necesidades informacionales de manera informal, es decir por medio de la comunicación oral. Por otro lado, la innovación es moderada, esto quiere decir que, se centran únicamente en aspectos visibles como variedad de productos y un buen servicio a los clientes, más no en integrar nuevos sistemas o tecnologías para la optimización de los procesos internos.

Concluyendo que en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, es necesario determinar o implementar un modelo de gestión informacional que promueva la innovación, basado en el acceso a la información estratégica para la toma de decisiones y competitividad de este negocio comercial.

### **Antecedentes Investigativos**

Hoy en día, en un mundo empresarial cada vez más competitivo, el factor que se considera de mayor importancia y que ha llevado al éxito a muchas empresas, entidades o emprendimientos comerciales es sin duda la información, lo cual conlleva a que la innovación vaya creciendo rápidamente. Para este estudio se toma en consideración el Comisariato “Centro del Descuento”, mismo que se encuentra ubicado en el cantón Montecristi, en la parroquia Leónidas Proaño, cuyas actividades radican en las ventas al por mayor y menor de productos alimenticios, productos de aseo personal y varios otros tipos de productos de primera necesidad.

Los emprendimientos comerciales se destacan por ofrecer servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de sus clientes y, además, por contribuir de manera significativa en la buena alimentación de sus consumidores. A partir de ello, se analiza los siguientes estudios realizados por otros autores basándonos en las categorías, modelo de gestión informacional y la innovación en los emprendimientos comerciales:

En Cuba, en un artículo realizado por Artiles Visbal y Márquez Pérez (2013) titulado *“El Modelo de Gestión de Información y conocimiento: resultados de su aplicación en una empresa en perfeccionamiento”*, tiene como objetivo facilitar la comprensión y manejo de los recursos, para las empresas perfeccionadas. La metodología utilizada es de enfoque cualitativo lo que permite conocer las características y los sistemas de gestión adecuados para facilitar la toma de decisiones y el desempeño eficiente de la información.

Los resultados indican que, aunque la empresa tenga información necesaria, esta no siempre es la adecuada; de modo que con la implementación del modelo de gestión propuesto se contribuirá en la creación de bases informacionales que mejoren el control y la gestión de la información. Se concluye con el reconocimiento de lo importante que es contar con

acciones, que en función de sus objetivos y metas guíen la selección y el almacenamiento como la organización, la representación y la diseminación de la información generada.

Mediante esta propuesta, la implementación de un modelo de gestión de información y conocimiento puede resultar en la mejora de la toma de decisiones y el funcionamiento de la empresa en general, su correcta aplicación puede llevar a grandes resultados promoviendo de esta forma la eficiencia organizacional.

En Ecuador, Palma Echeverría (2021) realizó una investigación titulada como *“Diseño de un modelo de gestión de información para seguimiento y evaluación de las políticas públicas en la Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento de la SENESCY”*, tuvo como objetivo elaborar un modelo de gestión de la información que permita la generación, seguimiento y evaluación de las políticas públicas dentro de la Subsecretaría, cuya metodología utilizada fue de enfoque cualitativo a partir de fundamentos teóricos, observación directa, a través de entrevistas, investigación y análisis.

En este modelo propuesto se da como resultado final, la creación de dashboards que presentan gráficos con el número de becas otorgadas a los estudiantes comparados con el número de becas entregadas por el Estado a las diferentes provincias, ciudades e Institutos de Educación Superior. Concluyendo que el Modelo de gestión propuesto puede contribuir en la generación, adaptación y monitoreo de las políticas públicas en todo lo relacionado a becas que muestran la situación actual a través de estos gráficos visuales.

Bajo esta perspectiva, el modelo de gestión propuesto en esta investigación es de gran valor, porque puede ayudar a mejorar el seguimiento de las políticas públicas en el ámbito educativo. Al tener acceso a dashboards que se encarguen de mostrar de manera precisa los datos sobre las becas otorgadas, es mucho más comprensible ver cómo se están contribuyendo los recursos en los diferentes sitios. Esto no solo permite tomar decisiones informadas, sino que también garantizar la transferencia en la gestión pública para generar confianza entre los usuarios.

En Manabí-Ecuador, en un artículo desarrollado por los autores Romero Castro et al. (2023) titulado con el nombre *Emprendimiento e innovación aplicando las tecnologías de la información*, cuyo objetivo es conocer sobre los avances del contexto en el que se ha generado el emprendimiento y la innovación y cómo estos elementos permiten a los usuarios convertir nuevas ideas en negocios innovadores. La metodología utilizada es de un enfoque cualitativo-exploratorio, aplicando técnicas como la revisión bibliográfica que sirvió para identificar las características que evidencian una expansión de emprendimiento e innovación.

Los resultados mencionan que el emprendimiento y la innovación a un mismo tiempo, generarán una mayor expansión en niveles de producción, así como en las ventas. Se concluye bajo las evidencias, la intención de generar una actividad comercial con base a una necesidad del entorno, para la cual es necesario contar con conocimientos sobre la innovación, bajo el acompañamiento técnico y habilidades competitivas para innovar en los negocios y que estos fortalezcan en el mercado.

A partir de esto, es fundamental recordar la importancia de conocer mucho más sobre las necesidades que tiene el entorno y, además, contar con conocimientos innovadores y habilidades competitivas que permitan a los emprendimientos poder crecer favorablemente y liderar en el mercado a largo plazo.

### **Definición del Caso de Estudio**

El Comisariato “Centro del Descuento”, ubicado en la parroquia Leónidas Proaño del cantón Montecristi, mismo que fue fundado el 17 de febrero del año 2004. Tiene como misión satisfacer a sus clientes con productos de alta calidad, variedad, precio y servicio, basada en la atención y el compromiso de sus colaboradores. Asimismo, cuenta con una visión de ser reconocido por ser uno de los supermercados que brinda la mejor atención, creando un espacio amigable y respetuoso para el abastecimiento del hogar de cada familia.

Sin embargo, enfrenta un problema significativo relacionado con el manejo ineficiente de la información; esta situación se manifiesta por el desconocimiento y el manejo deficiente del recurso más valioso que poseen, limitando la toma de decisiones informadas y afectando en la innovación y competitividad de este negocio.

En el contexto empresarial de hoy en día, los modelos de gestión informacionales ayudan a comprender y a tener un enfoque bien estructurado de la información que se maneja dentro de una empresa, desde su creación hasta su disposición final, proporcionando de este modo que se tenga una administración eficiente para la toma de decisiones más significativas y favorables.

Por su lado, la innovación en los emprendimientos comerciales se ha convertido también en uno de los principales motivos por el cual, el mercado es cada vez más competitivo, debido a que todos los negocios deben de mantenerse al día con los cambios o necesidades constantes de los clientes para de esta forma tener la capacidad de adaptación, crecimiento y supervivencia en el mercado.

Sin embargo, aún en la actualidad, existen muchos negocios que enfrentan grandes dificultades en el aspecto de gestionar la información, la cual es fundamental y necesaria para impulsar la innovación de forma eficaz. Estas problemáticas podrían surgir en primera instancia por la ausencia de un modelo de gestión informacional que apoye los procesos en estos emprendimientos comerciales.

La falta de un prototipo que permita el acceso a la información relevante y actualizada es la causa por la que no se gestiona eficientemente este factor. Esto es provocado por el desconocimiento de los diferentes tipos de fuentes de información, plataformas digitales y sistemas de información. Al presentarse estos factores, los efectos o consecuencias son notables, como lo son las decisiones empresariales poco informadas y las pérdidas de oportunidades de negocios.

Por consiguiente, la ausencia de personal especializado en análisis de información es otra de las causas por la que no existe un ideal estructurado encargado para este recurso, ya sea por el limitado conocimiento de su uso y manejo para la toma de decisiones, el desconocimiento del uso de herramientas digitales y el poco desarrollo de habilidades y competencias para gestionarla. Por lo tanto, va dejando como efecto la toma de decisiones erróneas que llevan al punto de estancamiento de los emprendimientos comerciales, el retraso en la integración de productos y el ausentismo de clientes.

Del mismo modo, otra de las dificultades más comunes es la limitación tecnológica para la gestión de la información, en donde sus causas principales son la insuficiencia de recursos para la adquisición de nuevas tecnologías informacionales y de conocimiento, el desinterés de adquisición y los elevados costos para la inversión de softwares especializados, dejando como consecuencia procesos informacionales obsoletos o discontinuados que le provoca a los emprendimientos comerciales la pérdida de recursos, la baja competitividad notable y la baja adaptación al cambio.

La carencia de un enfoque bien estructurado en gestión informacional lleva a los emprendimientos comerciales a la dependencia de tener que acudir a fuentes de información poco confiable, lo que implica que las tomas de decisiones sean bajo suposiciones o información errónea. Por lo tanto, la falta de procesos que recopilen, analicen y gestionen la información impide a estos negocios tener una ventaja competitiva sostenible en el mercado.

Con la finalidad de determinar un Modelo de gestión informacional que impulse la innovación en emprendimientos comerciales, optimizando la toma de decisiones, mejorando la competitividad y facilitando el acceso a la información estratégica del Comisariato “Centro del Descuento”, es fundamental plantearse las siguientes interrogantes.

- ¿Cuál es la situación actual de la gestión informacional en el Comisariato “Centro del Descuento”?
- ¿Cuáles son los procesos informacionales de los usuarios internos del Comisariato?
- ¿Qué factores influyen para mejorar la innovación en el Comisariato “Centro del Descuento”?
- ¿Qué Modelo de gestión informacional puede impulsar la Innovación en emprendimientos comerciales?

### **Justificación del Estudio de Caso**

El presente estudio sobre el Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro del descuento”, surge por varios aspectos, especialmente por la creciente complejidad de adaptación de los negocios en un entorno cada vez más competitivo, en donde la eficiencia y eficacia de gestionar correctamente la información se convirtió en un factor determinante.

Este estudio tiene como objetivo responder al por qué es fundamental priorizar la gestión de los datos y procesos con los que se trabaja. Esto para optimizar la toma de decisiones, la competitividad y el acceso a la información estratégica, a través de un modelo de gestión informacional en función con la innovación en estos emprendimientos comerciales. La innovación es una herramienta fundamental en el Comisariato porque permite diferenciarse de otros emprendimientos. Innovar no es solo ofrecer nuevos productos a los clientes, es también mejorar los procesos, satisfacer las necesidades informacionales y adopción de los clientes y proveedores.

Por ende, este estudio es pertinente porque busca definir un marco sistemático que facilite la recopilación, comprensión, análisis, manejo y la utilización de la información útil y relevante, que permita a este negocio gestionar eficientemente sus datos, optimizar sus procesos y adaptarse a la constante innovación, garantizando que la toma de decisiones sean las más acertadas y favorables, y de esta manera, potenciar la satisfacción de los clientes y el crecimiento a largo plazo.

Es importante porque en un emprendimiento comercial el uso correcto de la información es esencial para su éxito. Por ello, se debe recurrir a un enfoque estructurado de todo el proceso en donde interviene la información para que se pueda identificar oportunidades de mejora como también anticipar las nuevas tendencias y sobre todo responder a las necesidades de los clientes.

Esta investigación es factible porque se cuenta la disponibilidad de recurrir hasta campo, en este caso con la autorización de la gerente propietaria de este emprendimiento comercial. Esto va a permitir obtener datos reales y relevantes sobre sus necesidades y procesos lo que proporcionará una determinación de un modelo de gestión informacional que favorezca a la mejora en la eficiencia y la innovación comercial.

Por último, el impacto social que este estudio tendrá es significativo, de tal manera que, al mejorar la gestión informacional, será más satisfactorio el servicio que se le brinda a los clientes porque se cuenta con los conocimientos necesarios para llevarlo a cabo, además, se estará creando un ambiente de confianza entre los consumidores lo que es crucial para el desarrollo de la innovación en el Comisariato “Centro del descuento”.

## **Objetivos del Estudio de Caso**

### **Objetivo General**

Determinar un Modelo de Gestión Informacional que contribuya a fomentar la Innovación en Emprendimientos Comerciales en el Comisariato “Centro de descuento”.

### **Objetivos Específicos**

1. Realizar un diagnóstico de la situación actual de la gestión informacional en el Comisariato “Centro de descuento”.
2. Identificar los procesos informacionales de los usuarios internos del Comisariato “Centro de descuento”.
3. Determinar los factores claves que influyen en la capacidad de innovación dentro del Comisariato como emprendimiento comercial.
4. Presentar un Modelo de Gestión Informacional que promueva la innovación en emprendimientos comerciales como el Comisariato “Centro del Descuento”

## **Marco Conceptual**

El presente marco conceptual del estudio Modelo de Gestión Informativa para la Innovación en Emprendimientos Comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” de Montecristi, tiene como único propósito proporcionar y conocer los fundamentos teóricos que se encarguen de sustentar esta investigación en base a su contexto.

### **Gestión Informativa**

La gestión informativa es una herramienta fundamental que permite a las organizaciones desarrollar sus procesos mediante los sistemas de información, mismo que están encargados de manejar eficientemente el ciclo de la información cumpliendo con la función de estar disponible en el momento adecuado para la persona adecuada.

Para Dg (2022), la gestión de la información hace referencia al proceso de recopilación, almacenamiento, seguridad y la destrucción de la información bajo cualquier formato. Esta se manifiesta para que las organizaciones sepan usar su recurso más valioso que es la información para fomentar su potencial y contribuir al éxito de la empresa.

De acuerdo con este autor, la gestión informativa se manifiesta al momento de querer salvaguardar información valiosa que requiera la recuperación oportuna para la toma de decisiones, comprendiendo el valor estratégico de este recurso para el desarrollo de los procesos, actividades y procedimientos requeridos. Al gestionar de manera correcta la información se podrá alcanzar las metas planteadas por la empresa.

### **Modelos de gestión Informativa**

Los modelos de gestión de información tienen múltiples beneficios, no nada más los aspectos en los que este favorece a las empresas, sino también a las oportunidades que se pueden presentar personalmente al tener conocimiento sobre esta habilidad de gestión, la cual puede llevar a la creación de nuevos proyectos o negocios.

Ponjuán (2011) dice que “es bueno recordar que un modelo es una representación de algo, que nos permite estudiarlo, conocerlo, ubicarlo”. (p.11).

Para ello, se debe conocer que existen varios modelos representativos en la literatura de la gestión de la informacional que abordan distintos componentes y objetivos los cuales serán explicados a continuación.

### **Tipos de Modelos de Gestión de Información**

Existen varios tipos de modelos de gestión informacional, cada uno cuenta con sus propias características y aplicaciones. mismas que contribuyen a las necesidades de las organizaciones.

#### ***Modelo de Gestión de Información de Rowley***

La Gestión de Información incluye el planeamiento de la política informativa de toda la organización, el desarrollo y mantenimiento de sistemas y servicios integrados, la optimización de los flujos de información y el fortalecimiento de las tecnologías para satisfacer los requerimientos funcionales de los usuarios finales (Rowley, 1988).

El modelo de Rowley se constituye por dos componentes, Individuo y Organización. Estos componentes siguen el ciclo de vida de la información partiendo de la recuperación, la lectura, el reconocimiento e interpretación de la información, continuando con la revisión emisión y la reestructuración de la información. Este ciclo muestra un orden frecuente de las etapas, pero alternativo según los procesos.

#### ***Modelo de Gestión de Información de Páez Urdaneta***

La gestión de información abarca un conjunto de elementos y procesos vitales dentro de la gestión en diferentes dimensiones. Estas funciones están respaldadas por el aprendizaje y el comportamiento organizacional (Páez Urdaneta, 1992).

El núcleo de este modelo refleja tres dimensiones de la gestión de información: la gestión de recursos de información, la gestión de información estratégica, y la gestión de información holística. Cada una de estas modalidades se consideran con un conjunto de principios y actividades que forman parte de ellas.

### ***Modelo de Gestión de Información de Choo***

La meta básica de la gestión de información es potenciar sus recursos de información y las potencialidades a fin de que la organización aprenda y se adapte a su ambiente cambiante (Auster & Choo, 1995).

El modelo de gestión de la información desarrollado por Chun Wei Choo ofrece un marco integral del ciclo continuo, compuesto por seis actividades interrelacionadas, cada una de las cuales desempeña un papel crucial en la transformación de la información en conocimiento y en la toma de decisiones empresariales.

Las seis actividades del modelo que presenta Choo son:

- 1. Identificación de necesidades informacionales:** Proceso en donde se analiza cómo se va a generar, recopilar y utilizar la información. Esto conlleva a examinar los procesos, toma de decisiones y conexiones entre áreas de una empresa.
- 2. Adquisición de Información:** Implica comprender los sistemas que recopilan los datos, fuentes de información, procedimientos y método de análisis.
- 3. Organización y Almacenamiento de Información:** Infiere en la forma que se clasifica y etiqueta, los métodos de almacenamiento y estrategias de recuperación de información para asegurar su disponibilidad en cualquier momento
- 4. Desarrollo de productos y servicios:** Conlleva a comprender como poder crear un valor agregado para los clientes y empresa, utilizando correctamente los datos y

analizando el diseño, desarrollo y comercio de los productos y servicios.

Por ello, es importante medir y evaluar qué impacto genera.

- 5. Distribución de Información:** Incluye la comprensión de la comunicación y difusión de la información a las partes involucradas. Analiza los sistemas de comunicación tanto internas como externas, considerando cómo se garantiza la coherencia y consistencia la información.
- 6. Uso de la Información:** Implica la comprensión de cómo utilizar de manera eficiente y eficaz la información para la toma de decisiones y acciones, promoviendo la innovación y la creatividad de la empresa.

Cómo lo menciona este autor, este modelo orientado a los procesos de Choo se enfoca en gestionar la información y todo su ciclo, implica el manejar correctamente la información valiosa de una organización a través de varias actividades que interactúan entre sí con un fin, el cual es manejar eficazmente la información para la toma de decisiones, el crecimiento continuo y el éxito organizacional.

### ***Modelo de Gestión de Información de Ponjuán***

Ponjuán (2011) afirma que:

En este modelo los recursos humanos, y las tecnologías están permanentemente influidas por un proceso de cambio y como producto de la actividad que tiene lugar en el sistema, los procesos, teniendo en cuenta el ciclo de vida de la información intentan sostener ofertas de servicios o productos de información para cumplir con la actividad principal del sistema: satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios. (p.14)

Como menciona este autor, este modelo ha sido diseñado para cumplir con una función y es optimizar una gestión estratégica de la información, la cual debe de ser manejada

de forma sistemática, alineada y en donde se planifiquen todas las actividades, para la agregación de valor a la organización, relacionadas con la toma de decisiones favorables, la innovación empresarial y la competitividad en el mercado.

### **La Innovación en los Emprendimientos Comerciales**

La innovación desempeña un papel crucial en el emprendimiento, ya que impulsa la creación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que satisfacen las necesidades y deseos de los clientes. La innovación “es esencial para el éxito emprendedor, ya que impulsa el crecimiento, la rentabilidad y el impacto social” (Osmos Cloud, 2024).

De acuerdo con el autor, la innovación en los emprendimientos más que todo comerciales es fundamental porque a través de ella se puede crear nuevos productos, de mayor calidad y menor precio favoreciendo a los clientes y generando que exista esa lealtad de parte de ellos. Es importante también el uso de nuevas tecnologías o herramientas que permitan que este proceso se realice con más precisión.

Además, los emprendimientos comerciales al integrar estas nuevas tecnologías pueden mejorar la eficiencia operativa logrando que sus procesos sean mucho más eficientes, creando una cultura organizacional más creativa.

### **Importancia de la innovación en los emprendimientos comerciales**

Mortense y Bloch (2005) explican a la innovación como “un concepto de implantación de cambios importantes en el producto, proceso, marketing y organización de la empresa con el firme propósito de mejorar sus resultados” (p. 90). Estos cambios pueden ser realizados mediante la aplicación de nuevos conocimientos adquiridos o desarrollados internamente o externamente mediante servicios de asesoría de tecnología. Citado por Carrillo et al. (2017)

A través de pequeñas ideas se logran grandes cambios y resultados en el servicio o producto que un emprendimiento comercial ofrece. Es por ello por lo que, estos negocios

deben de aprovechar al máximo cada oportunidad que se presenta, y no resistiéndose al cambio ya que hoy en día el innovar ha permitido a muchos negocios crecer y permanecer activo en este entorno a través de estrategias que fomenten la innovación, así como el conocimiento que debe ser aprovechado al máximo para que se logre la adaptabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

### **Innovación**

Peiró (2024) afirma que “la innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes. Su objetivo es mejorarlos y crear nuevos sistemas que cubran más necesidades o lo hagan de forma más eficiente”.

En concordancia, este proceso transforma los componentes, estándares o procedimientos que existen en una organización, busca fortalecer y cambiar constantemente todo lo creado con anterioridad a medida que existen nuevos cambios en el ámbito asociado, con la finalidad de satisfacer necesidades y permanecer activo en el mercado.

Según Mulet (2025) la innovación es aquello que supone un cambio en alguna actividad de una empresa, que está basada en cualquier conocimiento y genera un valor económico agregado que es apreciado por el mercado.

Para innovar con éxito, las empresas deben ser capaces de identificar las oportunidades y aprovecharlas. Esto implica observar el mercado y comprender lo que quieren y necesitan los clientes. También requiere anticiparse a las tendencias y estar dispuesto a experimentar con nuevas ideas (Talin, 2024, párr. 7).

Innovar es mejorar lo que existe aportando las nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado. La clave de la innovación es que tiene la capacidad de ver el cambio

como una oportunidad mas no como una amenaza, para la creación de algo más significativo y contribuyente.

### **Factores que intervienen en la innovación**

En el mundo empresarial existen múltiples factores que incentivan e impulsan la innovación. Sin embargo, Vera (2024) indica que los más significativos son los siguientes:

1. **La conexión con los clientes:** se debe comprender a fondo las necesidades y expectativas que tiene el mercado para identificar problemas y aumentar probabilidades de éxito al desarrollar soluciones reales y tangibles en un lapso de tiempo favorable. (párr. 3)
2. **Detectar oportunidades desde la innovación:** saber identificar nuevas oportunidades y adaptarse rápidamente a los cambios que se presenta fomentando una cultura organizacional que promueva la creatividad el pensamiento y el conocimiento. (párr. 8)
3. **El equipo como motor de la innovación:** A través de una gestión efectiva, trabajo en equipo y la creación de un entorno colaborativo y motivador permitirá maximizar el potencial innovador de sus colaboradores generándoles confianza y comunicación abierta para el desarrollo de sus actividades. (párr.2)

Así como estos, la cantidad de factores que intervienen en el éxito de la innovación es extenso, pero teniendo en cuenta que todos están atados a un mismo objetivo que es llegar a satisfacer las expectativas de los usuarios, esto a través de ideas innovadoras que permitan al entorno empresarial poder crear algo nuevo, productivo y fructífero.

## **Marco Metodológico**

Para llevar a cabo esta investigación, es necesario la recolección de información. Para ello, se trabajará con un marco metodológico preciso y alineado al propósito de este estudio y al contexto en el que este sucede. A continuación, se presenta de qué tipo es este estudio, la metodología, los contactos claves, las técnicas e instrumentos a utilizar y el alcance de esta investigación.

### **Tipo de Estudio**

De acuerdo con Martínez (s.f.) la investigación descriptiva “es el procedimiento usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar” (p.1),

Por lo tanto, este estudio de caso es de tipo descriptivo, porque busca establecer y describir las características de un modelo de gestión informacional que se relacione con las causas y efectos presentados, para ofrecer una descripción más detallada de las situaciones presentes en el emprendimiento Comisariato” Centro del Descuento”.

### **Metodología de la investigación**

Esta investigación es realizada bajo el enfoque metodológico cualitativo

Bonifaz (2024), indica que este “es un enfoque metodológico ampliamente utilizado en las ciencias sociales que se centra en entender fenómenos según la perspectiva de los participantes, explorando el significado de las experiencias humanas a través de datos no numéricos” (p.4).

Por lo anterior, se busca hacer una recolección, interpretación y análisis de toda la información obtenida de los instrumentos aplicados, mismos que serán gestionados mediante el análisis y en una matriz de triangulación que permitan corroborar el estudio de estos.

## **Contactos claves**

Área Administrativa del Comisariato “Centro del Descuento” y la colaboración del personal internos para obtener información concisa y comprender con más profundidad este fenómeno bajo las diferentes perspectivas, opiniones y conocimientos.

- Gerente Propietaria y Jefe de Comercial

La comunicación directa con los encargados del negocio de contar con la absoluta aprobación de recolectar aquella información pertinente para esta investigación, además de sus colaboraciones al aplicarles las entrevistas.

- Personal colaborador del Comisariato

Entrevistas a las personas que trabajan dentro del negocio para conocer sobre sus experiencias, percepciones y sugerencias para sobre sus actividades y necesidades.

## **Técnicas e instrumentos**

### ***Observación directa***

Esta técnica se realizará con ayuda de una ficha de observación en donde se examinarán los procesos que se realizan en este negocio, las herramientas tecnológicas disponibles y más aspectos a considerar.

### ***Entrevistas***

Se diseñarán entrevistas estructuradas, para que los entrevistados de manera individual, puedan expresar sus opiniones y conocimientos de forma más detallada para su posterior análisis, mismo que se realizará en una matriz de triangulación.

En esta investigación se va a garantizar la confidencialidad de la información proporcionada, de modo que se realizará con el consentimiento de cada uno de los

entrevistados, explicando el propósito que tendrá la entrevista y valorando sus derechos y opiniones acerca del tema.

### **Alcance y tiempo del Estudio**

El alcance de este estudio analiza la gestión informacional del Comisariato “Centro del Descuento”. Incluye la identificación de necesidades, mejoras en los procesos informacionales y demás aspectos necesarios para promover la gestión eficiente de la información a través de la obtención y el uso correcto de esta, promoviendo así, la innovación a partir de la toma de decisiones efectivas.

Para el desarrollo de este estudio, se contará con dos semestres académicos. Séptimo semestre que corresponde al período académico (2024-2) y octavo semestre correspondiente al (2025-1). Durante este tiempo, se llevarán a cabo este estudio, así como la aplicación de las técnicas presentadas, que permitirá tener un análisis de la situación actual en su gestión y con estos datos relevantes se podrá tener una visión más clara sobre las posibles oportunidades de mejora para identificar las necesidades existentes relacionadas con la gestión de la información y la innovación.

## Resultados Obtenidos

En este punto se va a presentar todos los hallazgos obtenidos en base a las técnicas aplicadas, con el objetivo de realizar un diagnóstico de la situación actual de la gestión informacional, identificar los procesos informacionales de los usuarios, determinar los factores para mejorar la innovación y determinar un modelo de gestión informacional que contribuya a fomentar la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro de descuento”. Estos resultados se presentarán de forma organizada, señalando los elementos claves para la realización de esta investigación.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la observación directa:

**Tabla 1**

### *Ficha de Observación*

No.	Ítems	Si	No	Observaciones
1	Presencia y uso de computadoras o servidores digitales.	X		
2	Software o sistemas de gestión alineados con las necesidades informacionales	X		
3	Utilizan métodos para el procesamiento de información (inventario, ventas, clientes...)	X		
4	Se realiza controles oportunos de los productos en inventario	X		
5	La información es almacenada en formato digital y físicos		X	
6	Área específica y responsable para gestionar información		X	
7	Se crean reportes diarios, semanales, o mensuales para la toma de decisiones	X		Se realizan semanalmente
8	Personal encargado de realizar análisis profundos de información basados en los reportes creados	X		
9	El personal tiene habilidades y conocimientos necesarios para el uso de plataformas digitales y sistemas	X		Conocimientos básicos

10	Procesos manuales que puedan generar errores o retrasos en la gestión de información	X		Datos del inventario
11	La información pasa por diferentes filtros (Por ejemplo: ¿áreas, personas, procesos, etc.)?	X		
12	¿Se mide y evalúa la satisfacción de los clientes?	X		
13	Existe un sistema o un modelo formal que guíe y apoye la gestión informacional para su eficiencia, seguridad y acceso		X	Existe un sistema, pero no es formal ni completo

*Nota fuente: Autora de caso de estudio*

Uno de los principales aspectos claves observados en el Comisariato “Centro del descuento” es la ausencia de un área específica para gestionar la información, se cuenta con un pequeño espacio para el personal administrativo donde realizan todas sus actividades y procesos. Esta situación puede causar múltiples problemas como la pérdida o extravíos de información importante, retrasos en la toma de decisiones, riesgo de seguridad y falta de coordinación en los procesos de inventario.

Por tanto, afecta la eficiencia operativa y rendimiento del personal, debido a que desde el momento en el que llega el producto es gestionado de manera manual, y dicha información es proporcionada de la misma forma a los encargados de almacenar en bodega, para después ser gestionada en la base de datos del comercial. Esto puede causar confusiones, debido a que si una de las personas que manejan esta información comete un error, en la última disposición final habrá irregularidades.

En el área administrativa también existe el problema de la falta de un sistema formal para todo el ciclo de la información. Según lo observado la mayoría de las veces la información es compartida a través de la comunicación personal y muy pocas veces con documentación en mano, dejando como huella que no exista constancias de alguna información relevante que pueda ser requerida en cualquier momento.

Los resultados obtenidos demuestran una serie de dificultades que tienen que ser mejoradas para el fortalecimiento de la gestión informacional del Comisariato “Centro del Descuento”; la ausencia de un área específica de gestión de información, la falta de coordinación en los procesos y la falta de un sistema que permita crear y recuperar información son aspectos claves a abordar. Todas estas observaciones subrayan la gran importancia de realizar mejoras en la gestión informacional para que pueda ser considerada eficaz y eficiente, ayudando a la reducción de problemáticas y/o complejidades.

Tabla 2:

*Triangulación de Entrevistas Aplicadas*

Preguntas	PARTICIPANTES					Cita	Análisis
	P1. (Gerente Propietaria)	P2. (Jefe del local)	P3. (Contadora General)	P4. (Jefe de bodega)	P5. (Cajera)		
<b>1. ¿Qué tipo de información gestiona con mayor frecuencia para realizar su trabajo diario?</b>	-Revisar el banco si no estoy sobregirada -Análisis diario de las ventas.	Saber el stock de los productos en el comercial para realizar compras-pedidos.	Todos los ingresos y egresos que se realizan en el comisariato	El movimiento diario de los productos almacenados en el área de bodega.	Saber si hay algún cambio en el sistema, códigos o productos nuevos.	La gestión de la información se manifiesta para que las organizaciones sepan usar este recurso valioso para fomentar el potencial y el éxito de la empresa (Dg, 2022).	A partir de las respuestas de los entrevistados, se observa como que todos ellos trabajan con diferentes tipos de información para cumplir con sus actividades diarias, cumpliendo con lo que dice el autor que es el activo más importante, porque sin él no es posible trabajar y existiera el desconocimiento de los procesos y el potencial del negocio.

<p><b>2. ¿Cuáles son sus procesos informacionales que tiene que consultar para tomar decisiones o realizar actividades?</b></p>	<p>No tengo, porque yo tomo las decisiones según el análisis diario que realizo.</p>	<p>No consulto porque soy el encargado de comprar y revisar precios entre algunos proveedores según valores referenciales con la competencia.</p>	<p>Información para realizar pagos, transferencias de ventas y decisiones comerciales ejecutivas.</p>	<p>Para realizar mis actividades necesito revisar dentro del sistema Kardex de producto y las transferencias internas.</p>	<p>Necesito consultar con el encargado para poder realizar algún cambio o retiro de productos.</p>	<p>Las necesidades de información se definen por temas y por contingencias, es decir por determinados contextos situacionales por el conocimiento incompleto y que se manejan mejor con la ayuda de determinados tipos de información (Ponjuán, 2011).</p>	<p>Las respuestas muestran diversas necesidades informacionales: mientras unos no necesitan consultar información por su nivel laboral, otros si tienen que consultar con sus superiores o en un sistema llamado Kardex. Esto resalta lo dicho por el autor en que las necesidades informacionales surgen a partir del conocimiento incompleto que tienen las personas.</p>
---	--	---	---	--	--	--	---

<p><b>3. ¿Qué fuentes utiliza para obtener o compartir la información clave en el negocio?</b></p>	<p>La comunicación personal con la persona encargada y dependiendo de las ventas y gastos yo realizo mi análisis.</p>	<p>La comunicación con cada encargado de área en el comisariato y el inventario.</p>	<p>Realizo conversaciones personalmente con la propietaria con documentos en mano.</p>	<p>Mediante la comunicación oral y mediante el sistema que yo manejo que es el Kardex.</p>	<p>Necesito concurrir a mi jefa y a el encargado del sistema.</p>	<p>Las fuentes de información son todos aquellos recursos que sirven para satisfacer las necesidades informativas de cualquier persona, aunque no se hayan creado con este fin (Raidell, 2018).</p>	<p>La principal fuente de información con la que trabajan es la comunicación oral, a excepción de uno que utiliza un sistema. Esto concuerda con lo dicho por el autor, que las fuentes de información satisfacen las necesidades informativas, aunque en este tipo de negocio debe de existir fuentes como el archivo histórico en donde se almacene información importante que pueda estar a la mano en cualquier momento deseado.</p>
--	---	--	--	--	---	---	--

<p><b>4. ¿Ha participado en alguna capacitación o actividad que haya sido realizada para promover las competencias informacionales del personal en el comisariato?</b></p>	<p>Actualmente no se realiza capacitación</p>	<p>No, no he participado en ninguna.</p>	<p>No, no se han realizado ninguna clase de capacitación.</p>	<p>Hasta el momento solo capacitaciones personales, por parte del comisariato no</p>	<p>No, en mis años laborando que recuerde no hubo de ningún tipo</p>	<p>Las competencias informacionales son el conjunto de conocimientos y habilidades que capacitan a los individuos para reconocer cuándo necesitan información, dónde localizarla, evaluarla y darle el uso adecuado de acuerdo con el problema que se les</p>	<p>Las respuestas reflejan que en el comisariato nunca se han realizado capacitaciones para los trabajadores en donde puedan promover sus competencias informacionales. Al no haber participado en actividades formativas, se observa la debilidad de gestión de conocimiento. Según los autores estas competencias son importantes para saber cuándo y en donde buscar, evaluar y manejar la información. La falta de capacitaciones limita el desarrollo y habilidades del personal, afectando directamente al negocio.</p>
--	---	--	---	--	--	---	---

						plantea” (Mesa et al. 2022)	
<b>5. Desde su experiencia, ¿Cómo describiría el nivel de innovación que existe dentro del comisariato?</b>	Se ha realizado mejoras al pasar el tiempo para satisfacer al cliente y bienestar para todos.	Lo describiría en el comisariato como ir mejorando el servicio y poder satisfacer las necesidades de los clientes.	El nivel de innovación se orienta más en lo tecnológico y en el bienestar de la comunidad (clientes).	Se está tomando la iniciativa de implementar un nuevo sistema contable que permita mejorar los procesos del comercial.	Desde mi punto de vista en este tiempo ha sido bueno la innovación del comisariato.	La innovación es un cambio en cualquier actividad humana, basado en un conocimiento que es propio de esta actividad, y que es capaz de crear un valor que es aceptado como tal por todos los que la practican (Mulet, 2025).	Las respuestas dadas a esta interrogante muestran como el personal del comisariato tienen una visión compartida acerca de lo que es la innovación, mas no al nivel que existe dentro del comisariato. Unos lo asocian con la satisfacción del cliente, otros con el avance tecnológico y el bienestar del cliente, etc. Esto demuestra y valida lo que dice el autor cuando menciona que la innovación es cualquier actividad humana que crea valor a partir del conocimiento propio.

<p><b>6. ¿Cuáles considera que son los principales factores que influyen para mejorar la innovación en los emprendimientos comerciales?</b></p>	<p>Tener variedad de productos y buena atención al cliente y ser constante con el buen servicio que se le da a la comunidad.</p>	<p>Fomentar la creatividad, la colaboración de todo el equipo de trabajo tanto en producto como en procesos.</p>	<p>Entre los factores más importantes esta la publicidad, promociones y ofertas.</p>	<p>La capacitación y desarrollo, la capacidad de innovación, la tecnología y herramientas digitales.</p>	<p>Los principales factores son el respeto, la amistad, la confianza que se le brinda al cliente, son importantes porque el cliente observa todo y se siente en un ambiente de confianza.</p>	<p>Los factores más influyentes de la innovación en las empresas son la conexión que se tiene con los clientes, el detectar oportunidades desde la innovación y el trabajo en equipo como motor innovador (Vera, 2024).</p>	<p>Bajo las diferentes percepciones los factores que influyen en la innovación de los emprendimientos comerciales, son las variedades de productos, promociones y la buena atención, valores cómo el respeto, amistad y confianza, la creatividad, colaboración, la capacitación y el desarrollo, la tecnología y el uso de herramientas digitales. En su mayoría, las respuestas coinciden con lo que opinan el autor al decir que los principales factores son la atención que se le da al cliente, el trabajo en equipo y la capacidad tecnológica que tenga el personal.</p>
---	--	--	--	--	---	---	--

<p><b>7. ¿El comisariato utiliza un sistema formal para recopilar, procesar y distribuir información estratégica?</b></p>	<p>No existe un sistema formal, pero cada día se implementan estrategias para mejorar.</p>	<p>Se utilizan bases de datos, software de información, pero no es un sistema completo.</p>	<p>No, no se utiliza un sistema formal.</p>	<p>Por supuesto, yo utilizo un sistema contable pero no es completo ni formal.</p>	<p>No, no utilizan ningún tipo de sistema formal en lo que es mi conocimiento</p>	<p>Vega et al. (2017) dicen que un sistema de información es un conjunto formal de procesos que, operado por datos estructurados de una empresa, recopila, elabora y distribuyen la información necesaria para la operación de una empresa (p.67).</p>	<p>Las respuestas indican que el comisariato no cuenta con un sistema formal de recopilación, procesamiento y distribución de información, aunque algunos de los entrevistados dijeron que se utilizan bases de datos a partir de un software no lo consideran con un sistema completo. Con esto se resalta lo que dicen los autores que un sistema formal abarca múltiples procesos estructurados y que esté adaptado a las necesidades y al ciclo de la información. Por lo tanto, el comisariato no cuenta con un sistema formal estratégico</p>
---	--	---	---	--	---	--	---

<p><b>8. ¿Existe en el comisariato algún modelo de gestión de información que contribuya a mejorar la toma de decisiones, la eficiencia operativa o incluso la competitividad del negocio?</b></p>	<p>No existe un modelo de gestión de información, pero si se realiza un estudio para competir en el mercado.</p>	<p>En sí, un modelo de gestión de información no utilizamos, recopilamos la información cuando realizamos inventarios.</p>	<p>Se utiliza un modelo de gestión empírico, pero no técnico.</p>	<p>Desconozco del tema.</p>	<p>No tengo conocimiento acerca de esa información o decisiones.</p>	<p>Ponjuan (2011) dice que los modelos de gestion son una representación de algo, que se puede estudiar, conocer y ubicar que tienen importancia para el manejo de la información como recurso dentro de las instituciones y comunidades.</p>	<p>Las respuestas indican claramente como no existe un modelo de gestión informacional que contribuya en la toma de decisiones, la eficiencia operativa y la competitividad del comisariato. Coincidiendo con el autor, es esencial para organizar eficiente de la información para poder cumplir con los objetivos de la empresa. Por lo que, el comisariato debe de implementar un modelo de gestión para mejorar el nivel de competitividad en un mercado innovador.</p>
--	--	--	---	-----------------------------	--	---	---

<p><b>9. ¿Considera que el comisariato podría beneficiarse de un modelo de gestión informacional que fortalezca la innovación en el emprendimiento comercial?</b></p>	<p>Sí, porque así obtendríamos una mejor competencia y por ende tendríamos una mejor utilidad.</p>	<p>Claro que sí, todo proceso que beneficie al comisariato fortalece la empresa.</p>	<p>Claro, porque es importante para optimizar los procesos y reducir costos también,</p>	<p>Sí, porque puede permitir medir como la empresa se está gestionando desde el ámbito informaciona l e innovador.</p>	<p>Sí, todo esto se podría dar con motivación de mis jefes, compañeros para fortalecer todas las cualidades favorables en el ámbito laboral.</p>	<p>La innovación en un emprendimiento comercial es esencial para el éxito. Impulsa el crecimiento, la rentabilidad y la creación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que satisfacen las necesidades de los clientes (Osmos Cloud, 2024).</p>	<p>Analizando las respuestas de los entrevistados se puede observar que todos están de acuerdo en que en el comisariato se implemente un modelo de gestión informacional. Ellos opinan que gracias a este modelo se podrá mejorar las competencias, los procesos, reducir costos, la gestión informacional y la innovación. Entonces, la innovación en los emprendimientos comerciales es crucial para conseguir el éxito, este se logra al desarrollar nuevas estrategias de negocio.</p>
---	--	--	--	--	--	--	--

*Nota fuente: Autora de caso de estudio*

## **Análisis de Resultados**

En el proceso de investigación a través de la observación directa y en ayuda de una serie de entrevistas aplicadas al personal colaborador del Comisariato, se ha logrado recopilar información sobre diversos aspectos, como la gestión informacional, las necesidades informacionales, los factores que influyen en la innovación y la presentación de un modelo de gestión.

En el comisariato “Centro de Descuento” la gestión informacional se encuentra en ciertos aspectos descuidada, en el sentido que en los procesos o las actividades que se realizan no llevan un procesamiento diario del manejo y uso de la información y que está sea recuperable. Además de la inexistencia de un área específica de almacenamiento de documentos, falta de sistemas, poca coordinación de los procesos y la ausencia de un mecanismo formal para comunicar y atender las necesidades informacionales del personal son desafíos a superar en función a una correcta gestión.

Adicionalmente, se revela también que el nivel de innovación es algo moderado porque únicamente se centran en los aspectos visibles cómo tener variedades de productos, hacer promociones y en el buen servicio para el cliente. No obstante, se observa la falta de implementación de sistemas que permitan mejorar los procesos de forma constante y eficiente.

Los factores que intervienen y se consideran importantes para la innovación según los colaboradores son la creatividad, la colaboración en equipo, la capacitación continua, el uso de tecnologías y herramientas digitales. A estos es importante sumarle factores como la detección de oportunidades desde la innovación y el personal capacitado, puesto que también son fundamentales para el éxito. La combinación de todos estos factores, junto con una

adecuada gestión informacional les permite a los emprendimientos comerciales adaptarse fácilmente al cambio y a crear valor para mantenerse competitivos todo el tiempo.

Por consiguiente, se reconoce que actualmente en este emprendimiento no trabajan con un modelo formal para recopilar, procesar y distribuir información estratégica. Aunque se utiliza bases de datos o softwares, este no es completo ni oficial para abarcar todos los procesos necesarios en el negocio; lo que indica que la gestión de la información se realiza de manera informal y manual trayendo dificultades para acceder rápidamente a los datos, coordinar las actividades entre cada área y la recuperación de información relevante.

Es necesario implementar en este emprendimiento un modelo de gestión de información que pueda combatir todas estas anomalías y deficiencias presentadas, como también adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado innovador. Fortaleciendo la toma de decisiones, la competitividad y el acceso a la información estratégica que es lo que impulsaría la innovación en el Comisariato “Centro del Descuento”.

## Conclusiones

El presente estudio de caso realizado sobre el Modelo de Gestión Informativa para la Innovación en Emprendimientos Comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, genera las siguientes conclusiones:

Tras conocer la situación actual de la gestión informativa del Comisariato, se concluye que el Comisariato presenta una gestión de informativa improductiva que se caracteriza por la falta de un sistema formal y la inexistencia de un área específica para gestionar la información. Además, la poca coordinación de los procesos y el no poder recuperar datos pasados, limitan la capacidad de los encargados a tomar decisiones oportunas y favorables para responder al cambio en el mercado.

Estas deficiencias provocan el bajo desarrollo e impide en el fortalecimiento de la innovación en el comisariato porque no se está aprovechando efectivamente la información, por lo tanto, no es posible identificar nuevas oportunidades o ideas innovadoras en cuando a productos y servicios.

Al identificar las necesidades informativas de los usuarios internos del Comisariato, se llegó a la conclusión que el personal requiere mayor capacidad de acceso a información precisa y recuperable, que soporte sus actividades diarias y que contribuya en su eficiencia laboral; las consultas informales en lugar de canales establecidos, y fuentes de información como la comunicación oral, provocan la baja disponibilidad y la falta de seguridad en el manejo de datos e información, dejando en claro que el personal no posee las competencias informativas necesarias para obtener o compartir información.

Los factores intervinientes para la mejora de la innovación en los emprendimientos comerciales, están caracterizados por la calidad, los recursos tecnológicos, la cultura organizacional, la accesibilidad de datos e información, la formación del personal y la gestión eficiente de la información. La ausencia de un modelo de gestión informativa impide la

identificación de nuevas oportunidades, lo que resalta la importancia y necesidad de fortalecer los aspectos culturales y tecnológicos mencionados.

Por último, se presenta un modelo de gestión informacional que promueva la innovación, basado en la toma de decisiones, la competitividad y el acceso a la información estratégica en emprendimientos comerciales como el Comisariato “Centro del Descuento”.

La adopción de este modelo estructurado de gestión de información, debe ser ajustado a las necesidades específicas del comercial, puesto que facilitara la organización, el análisis y el eficaz aprovechamiento de los datos. Este enfoque deberá garantizar la sostenibilidad del Comisariato a largo plazo, favoreciendo su desarrollo y crecimiento en un entorno innovador cada vez más exigente y cambiante.

## **Recomendaciones**

Para mejorar la gestión informacional en el Comisariato “Centro del Descuento” se recomienda realizar un análisis profundo de los procesos existentes que requiera el manejo de información mediante auditorias y revisión de registros, con la finalidad de identificar áreas de mejoramiento de gestión de documentación.

Tras identificar las necesidades informacionales de los usuarios internos, es favorable aplicar entrevistas o encuestas al personal colaborador para conocer sus opiniones y requerimientos respecto a la información que necesitan en sus funciones diarias, para así facilitar el diseño de un sistema de gestión alineado a estas necesidades.

Se recomienda elaborar talleres o programas participativos para determinar los factores que intervienen en la mejora de la innovación, en donde se haga participar a todo el personal para analizar y discutir todos los aspectos tanto internos como externos que puedan favorecer en la creatividad y adopción de nuevas tendencias o prácticas en términos innovadores.

Para presentar un modelo de gestión informacional que impulse la innovación en emprendimientos comerciales como el Comisariato “Centro del Descuento” se debe desarrollar un prototipo del modelo basado en las necesidades identificadas, y complementándolas con capacitaciones para su uso, además de la evaluación continua de su funcionalidad y efectividad en la toma de decisiones, la competitividad y en la innovación del negocio.

## Referencias Bibliográficas

- Artiles Visbal, S., & Márquez Pérez, Y. (2013). El Modelo de Gestión de Información y Conocimiento: resultados de su aplicación en una empresa en perfeccionamiento. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 1 (1).
- Auster, E., & Choo, C. W. (1995). Managing Information for the Competitive. *Edge*.
- Bonifaz Villar, C. d. (2024). Introducción a la Investigación Cualitativa. *Corporación Universitaria de Asturias*, 4.
- Dg. (26 de Enero de 2022). *¿Qué es la Gestión de la Información?* Obtenido de GT TECNOLOGIA ACESSIVEL: <https://dgcloud.com.br/es/que-es-la-gestion-de-la-informacion/>
- Galán Cubillo, J. (s.f.). *Gestión de la información: Modelo orientado a los procesos de Choo*. Obtenido de Riunet: <https://riunet.upv.es/server/api/core/bitstreams/71a3427b-4ae9-4336-a2f9-ea7a2ad1e572/content>
- Haro Carrillo, F., Córdova Rosas, N., & Alvarado Gárces, M. (2017). Importancia de la innovación y su ejecución en la estrategia empresarial. *INNOVA Research Journal*, 90. Obtenido de INNOVA Research JOURNAL.
- Martinez, C. (s.f.). *Investigación Descriptiva: Tipos*. Obtenido de jimcontent.com: <https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548087569/name/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf>
- Mesa, J., Pardo, M. E., & Cedeño, G. (2022). Competencias informáticas e informacionales en la gestión de información científica en la formación del posgrado. *Scielo*, 48(2).

Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07052022000200103](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052022000200103)

Mortense, P., & Bloch, C. (2005). *Oslo Manual-Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Obtenido de OECD.

Mulet, J. (2025). La innovación, sus características y su fomento. El caso español. *Fedea*, 3.

Mulet, J. (2025). La innovación, sus características y su fomento. El caso español. Obtenido de Fundación de Estudios de Economía Aplicada.:

<https://documentos.fedea.net/pubs/eee/2025/eee2025-04.pdf>

Osmos Cloud. (30 de enero de 2024). *El Rol de la innovación en el Emprendimiento* .

Obtenido de Osmos Sales CRM: <https://www.osmoscloud.com/blog/es/el-rol-de-la-innovacion-en-el-emprendimiento/>

Páez Urdaneta, I. (1992). To experiencia a connections; in search of a new information professional for Latin América. *En: FID Especial Interest Group on Roles, Careers and Development of the Modern Information Professional (FID/ MIP)*. . *State of the Modern Information Professional* .

Palma Echeverría, J. A. (2021). Diseño de un modelo de gestión de información para seguimiento y evaluación de las políticas públicas en la Subsecretaría de Fortalecimiento del Conocimiento de la SENESCYT [Maestría]. *Repositoriobe ESPE Universidad de las Fuerzas Armadas*. Obtenido de

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/25946/1/T-ESPE-044795.pdf>

Peiró, R. (14 de noviembre de 2019). *Innovación: Definición, áreas y beneficios*. Obtenido de economipedia:

[https://economipedia.com/definiciones/innovacion.html#google\\_vignette](https://economipedia.com/definiciones/innovacion.html#google_vignette)

- Ponjuán Dante, G. (2011). La gestión de información y sus modelos representativos. Valoraciones. *Ciencias de la Información*, 42(2), 11.
- Ponjuán Dante, G. (2011). La gestión de información y sus modelos representativos. Valoraciones. *Ciencias de la Información*, 42(2), 14.
- Raidell, A. M. (19 de marzo de 2018). Las fuentes de información y su evaluación. *Grupocomunicar*. Obtenido de <https://www.grupocomunicar.com/wp/escuela-de-autores/las-fuentes-de-informacion-y-su-evaluacion/>
- Romero Castro, R. M., Romero Castro, M. I., Toala Pilay, M. A., & Romero Castro, V. F. (10 de abril de 2023). Emprendimiento e innovación aplicando las tecnologías de la información. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 16(4). Obtenido de <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1340>
- Rowley, J. E. (1988). *BASIC of Information Technology*. London: Library Association.
- Talin, B. (23 de marzo de 2024). *La innovación explicada – Definición, tipos y significado de la innovación*. Obtenido de MoreThanDigital: <https://morethandigital.info/es/innovacion-definicion-4-tipos-de-innovacion-y-significado/>
- Vega, C., Grajales, H., & Montoya, L. (2017). Sistemas de información: definiciones, usos y limitantes al caso de la producción ovina colombiana. *Orinoquia*, 21(1), 64-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/896/89653552007.pdf>
- Vera, F. (2 de marzo de 2024). *3 factores de éxito de la innovación*. Obtenido de The Flashco: <https://theflashco.com/3-factores-de-exito-de-la-innovacion/>

## **Anexo 1**

### **Propuesta de Solución**

#### **Título de la Propuesta**

Implementación del Modelo de Gestión de Información de Chun Wei Choo para impulsar la innovación a través del manejo de la información en el Comisariato “Centro del Descuento” de Montecristi.

#### **Introducción**

En el contexto actual de los negocios, la información se considera uno de los recursos estratégicos claves para el éxito. La capacidad que se tenga para recopilar, manejar, analizar y utilizar la información radica en que tan innovador y competitivo se mantiene un negocio.

En este sentido, el Modelo de gestión de Chun Wei Choo también conocido como “Sense-Making” es considerado como un enfoque sistemático del ciclo continuo de la información, el cual se manifiesta a la hora de identificar, adquirir, organizar, desarrollar, distribuir y utilizar la información. La aplicación de este modelo permitirá al emprendimiento comercial, Comisariato “Centro del Descuento”, tener una gestión eficaz de toda la vida útil de su recurso clave que es la “información”, facilitando que las decisiones sean tomadas a partir de datos relevantes y analíticos, necesarios para la innovación de nuevas ideas, servicios, productos y procesos que conlleven al éxito al negocio.

Al adoptar este modelo, las empresas “pueden aprovechar la información como un activo estratégico. Esto les permite tomar decisiones más informadas, anticipar mejor las tendencias del mercado, desarrollar nuevas oportunidades de negocio y, en última instancia, fortalecer su posición competitiva en el mercado” (Galán Cubillo, s.f., p.1)

De acuerdo con el autor, este modelo de gestión informacional de Choo permite a los negocios anticiparse y adaptarse a los nuevos cambios en el contexto empresarial, apoyándose de su activo estratégico que es la información, y con ello, garantizar que la toma de decisiones sean las más efectivas para identificar nuevas tendencias y oportunidades, mantenimiento su nivel de innovación y competitividad en el mercado.

## **Objetivos**

### **Objetivos General**

Plantear la implementación del Modelo de Gestión de Información de Chun Wei Choo, para impulsar la innovación a través del manejo de la información en el Comisariato “Centro del Descuento” de Montecristi.

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar cada una de las necesidades de información del personal interno y externo del Comisariato “Centro del Descuento”
2. Desarrollar estrategias para la implementación del Modelo de Gestión Informacional de Choo en el emprendimiento comercial Comisariato “Centro del Descuento.
3. Presentar el Modelo de Gestión informacional de Choo, a partir de su ciclo, para optimizar la innovación en los procesos, productos y servicios del emprendimiento comercial Comisariato “Centro del Descuento”

### **Necesidades de información de los usuarios internos y externos**

- Consultas personales frecuentes con el encargado del negocio para poder tomar decisiones de realizar algún cambio o retiro de productos.
- Contar con consentimiento para realizar pagos, transferencias de ventas y decisiones comerciales ejecutivas.
- Revisión dentro del sistema, el stop de los productos y las transferencias internas.
- Consultas sobre incidencias por falta de inventario y retraso de procesos.

### **Estrategias para la Implementación del Modelo de Choo**

- Conocer los procesos que se manejan actualmente en el Comisariato para identificar posibles anomalías.
- Establecer de manera clara al personal el objetivo y el impacto que se espera obtener para mejorar la innovación dentro del negocio.
- Gestión continua de las preferencias de los clientes mediante un análisis de los productos más consumidos y solicitados.
- Utilización de sistema para controlar el stock y/o registros de proveedores.
- Fortalecer las relaciones con proveedores en donde se garantice la disponibilidad de productos y precios competitivos
- Capacitación sobre la gestión informacional y el uso de plataformas digitales para fortalecer las habilidades del personal
- Aprovechamiento de medios sociales para tener una comunicación directa con los clientes sobre promociones y novedades.

## **Beneficios**

Este Modelo tiene una serie de beneficios, entre ellos están:

1. Toma de decisiones informadas basadas en la información precisa, confiable y oportuna.
2. Desarrollo de ideas, productos y servicio innovadores a partir de las necesidades de los clientes, nuevas tendencias y demandas del mercado.
3. Mejoras en la eficiencia operativa y los procesos tras mejorar la coordinación entre las distintas áreas del negocio.
4. Adaptación a los nuevos cambios en el mercado y competitividad a largo plazo.

## **Beneficiarios**

- Propietaria del Comisariato “Centro del Descuento”.
- Personal colaborador: Empleados y administradores que gestionan la información del negocio.
- Clientes y consumidores

## **Recursos**

### **Recursos Humanos**

- Experto en gestión de la información
- Técnicos de TIC
- Personal del Comisariato
- Capacitores en gestión informacional, innovación y uso de tecnologías.

**Recursos Materiales**

- Documentación y registros históricos del negocio.
- Equipos de oficina (escritorios, sillas, archivos físicos).
- Material para las capacitaciones (folletos o guías)
- Equipos de cómputo

**Recursos Logístico**

- Área de archivo físico y repositorio digital
- Espacios para las capacitaciones o reuniones

**Recursos Tecnológicos**

- Internet
- Software de gestión de información (como Kardex).
- Canales de comunicación como el correo electrónico para compartir información.

**Recursos Financieros**

- Presupuesto para la creación de un área de almacenamiento de archivos y para contratación de expertos en gestión de información.

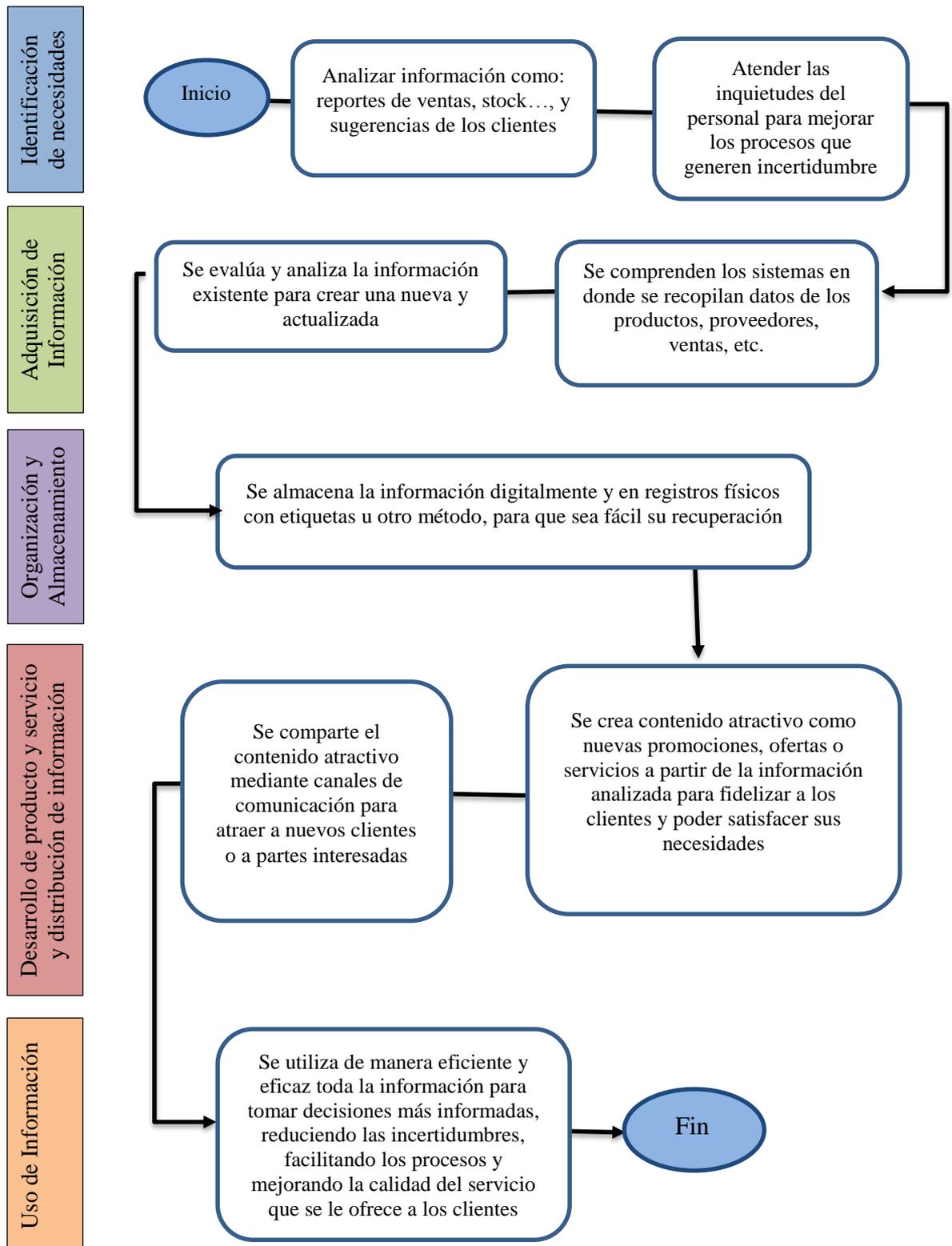
**Presupuesto estimado**

El presupuesto aproximado para la implementación del Modelo de Choo en un tiempo estimado de 6 meses es de \$4.500 tomando en cuenta los aspectos ausentes mencionados anteriormente.

<b>Recurso Financiero</b>	<b>Valor</b>
Área de Almacenamiento de registros	\$1,500
Expertos en Gestión de Información	\$3.000
<b>Total</b>	<b>\$4.500</b>

*En este valor incluyen los 6 meses de implementación del Modelo de Choo*

## Flujo de información para la Implementación del Modelo de Chun Wei Choo



*Nota fuente: Autora de caso de estudio*

### Cronograma de actividades para la implementación del Modelo de Choo

<b>Actividades principales</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Responsable</b>
Planificación y Diagnóstico	Se revisa cómo se está manejando actualmente la información para identificar todos los aspectos a mejorar	1-2 y 3 Semana	Experto en gestión de la información
Comunicación Interna	Se da a conocer al personal el objetivo del Modelo de Choo para mejorar los procesos, servicio y la innovación del negocio	4 era Semana	Propietaria del negocio y el jefe
Diseño del Modelo	Adaptación del modelo según las necesidades que tenga el personal interno, externo, clientes y procesos del Comisariato y uso de medios sociales para comunicar información	2do mes	Experto en gestión de información y técnico de TIC
Programa de capacitación	Creación de capacitaciones sobre la gestión informacional, innovación y el uso de plataformas digitales que se van a utilizar para fortalecer las competencias informacionales del personal	3er mes	Capacitadores en gestión, innovación y uso de TI Personal del comisariato
Implementación del Modelo de Gestión de Choo	Culminación del proceso de implementación y seguimiento continuo para verificar el cumplimiento y efectividad del Modelo de Choo	4to y 5to mes	Experto en gestión de la información y técnicos en TIC
Evaluación y control	Se analiza si es necesario aplicar nuevas mejoras y se lleva un control oportuno para ver si se están cumpliendo con las expectativas en funciones innovadoras de los procesos, productos y servicios	6to mes	Experto en gestión de información

*Nota fuente: Autora de caso de estudio*

## Anexo 2

### Evidencias Fotográficas



*Entrevista realizada al personal del Comisariato*



*Asistencias a tutorías*

### Anexo 3

#### Ficha de Observación

<b>Objetivo:</b> Realizar un diagnóstico de la situación actual de la gestión informacional del Comisariato “Centro del Descuento”				
<b>Lugar:</b> Comisariato Centro del Descuento”, Leonidas Proaño, Montecristi.				
N.	Ítems	Si	No	Observación
1	Presencia y uso de computadoras o servidores digitales			
2	Software o sistemas de gestión alineados con las necesidades informacionales			
3	Utilizan métodos para el procesamiento de información (inventario, ventas, clientes...)			
4	Se realiza controles oportunos de los productos en inventario			
5	La información es almacenada en formato digital y físicos			
6	Área específica y responsable para gestionar información			
7	Se crean reportes diarios, semanales, o mensuales para la toma de decisiones			
8	Personal encargado de realizar análisis profundos de información basados en los reportes creados			
9	El personal tiene habilidades y conocimientos necesarios para el uso de plataformas digitales y sistemas			
10	Procesos manuales que puedan generar errores o retrasos en la gestión de información			
11	La información pasa por diferentes filtros (áreas, personas, procesos, ¿etc.)?			
12	¿Se mide y evalúa la satisfacción de los clientes?			
13	Existe un sistema o un modelo formal que guíe y apoye la gestión informacional para su eficiencia, seguridad y acceso			

**Anexo 4****Entrevista dirigida al personal interno del Comisariato “Centro del Descuento”****UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO****CARRERA DE GESTION DE LA INFORMACION GERENCIAL**

**Tema:** Modelo de gestión informacional para la innovación en emprendimientos comerciales en el Comisariato “Centro del Descuento” del cantón Montecristi, 2024.

**Entrevistadora:** María Isabel Cevallos Arevalo

**GUÍA DE ENTREVISTA**

**Aplicada a:** Personal interno colaborador

**Lugar:** Comisariato “Centro del Descuento”

- 1. ¿Qué tipo de información gestiona con mayor frecuencia para realizar su trabajo diario?**

---

---

---

- 2. ¿Cuáles son sus procesos informacionales que tiene que consultar para tomar decisiones o realizar actividades?**

---

---

---

- 3. ¿Qué fuentes utiliza para obtener o compartir la información clave en el negocio?**

---

---

---

- 4. ¿Ha participado en alguna capacitación o actividad que haya sido realizada para promover las competencias informacionales del personal en el comisariato?**

---

---

---

- 5. Desde su experiencia, ¿Cómo describiría el nivel de innovación que existe dentro del comisariato?**

---

---

---

- 6. ¿Cuáles considera que son los principales factores que influyen para mejorar la innovación en los emprendimientos comerciales?**

---

---

---

- 7. ¿El comisariato utiliza un sistema formal para recopilar, procesar y distribuir información estratégica?**

---

---

---

- 8. ¿Existe en el comisariato algún modelo de gestión de información que contribuya a mejorar la toma de decisiones, la eficiencia operativa o incluso la competitividad del negocio?**

---

---

---

- 9. ¿Considera que el comisariato podría beneficiarse de un modelo de gestión informacional que fortalezca la innovación en el emprendimiento comercial?**

---

---

---