



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA COMERCIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN:

**EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
(TIC`s) EN EL SECTOR COMERCIAL Y SU APORTE AL POSICIONAMIENTO
EMPRESARIAL PERIODO ENERO-JULIO 2016.**

AUTORA:

ERIKA PAMELA MOYÓN PEREZ

TUTORA:

ING. PATRICIA ALEXANDRA CHIRIBOGA ZAMORA

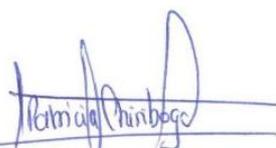
Riobamba- Ecuador

2017.

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, luego de haber revisado el desarrollo de la tesis elaborado por la Srta., Erika Pamela Moyón Pérez, tengo a bien informar que el trabajo indicado cuyo título es: **EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC's) EN EL SECTOR COMERCIAL Y SU APORTE AL POSICIONAMIENTO EMPRESARIAL PERIODO ENERO-JULIO 2016**, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado por la comisión.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricia Chiriboga', is written over a horizontal line.

Ing. Patricia Chiriboga

TUTORA



CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación de título: **EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC's) EN EL SECTOR COMERCIAL Y SU APORTE AL POSICIONAMIENTO EMPRESARIAL PERIODO ENERO-JULIO 2016**, presentado por Erika Pamela Moyón Pérez y dirigido por la Ing. Patricia Chiriboga. Una vez presentada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodio en la biblioteca de la facultad de Ciencias Políticas y Administrativas.

Para constancia de lo expuesto firman:

**DIRECTORA DEL PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN**

Ing. Patricia Chiriboga

NOTA

10

FIRMA

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Pablo Méndez

10

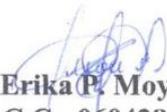
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Wilson Saltos

10

DERECHO DE TUTORÍA

Yo, **Erika Pamela Moyón Pérez**, con cedula de ciudadanía N.- **060428561-9**, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en el presente trabajo de investigación; y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.


Erika P. Moyón P.
C.C.- 060428561-9

DEDICATORIA

Yo, Erika Pamela Moyón Pérez dedico el presente trabajo de investigación:

A mis Padres, por ser constantes en mi vida y brindarme todo su amor y apoyo por guiarme por el camino del bien y por inculcarme valores que me hacen ser una mejor persona.

A mi esposo por su amor, su dedicación, su apoyo incondicional día tras día, por estar junto conmigo en las cosas buenas y malas por sus palabras de aliento para conseguir este triunfo.

A mis hijos, por ser mi motor para salir adelante, cumplir mis sueños y metas por ser lo más valioso que puedo tener, por cada una de sus sonrisas que día a día me llenan el alma y el corazón por sus pequeñas palabras de aliento que me conllevan a ser una triunfadora.

A mis amigas y amigos por haber compartido este camino de trabajo, esfuerzo, dedicación y predisposición de concluir la carrera y convertir nuestros sueños en realidad.

Erika P. Moyón P.

AGRADECIMIENTO

Extiendo mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas y a la Carrera de Ingeniería Comercial por brindarme esta oportunidad de obtener un título el mismo que me permitirá desarrollarme como profesional demostrando mis aptitudes y conocimientos.

A la Ing. Patricia Chiriboga, Ing. Pablo Méndez y el Ing. Wilson Saltos por todo el apoyo durante el desarrollo del proyecto de investigación.

Mi sincero agradecimiento a mis:

Padres: Vicente y Rosa

Hermanos: Geovanny; Jessica; Alexis

Esposo: Alex

Hijos: Axel y Sthefanny

Erika P. Moyón P.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA

INFORME DEL TUTOR.....	ii
DERECHO DE TUTORIA	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1 MARCO REFERENCIAL	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 GENERAL	4
1.3.2 ESPECÍFICOS	4
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	4
CAPÍTULO II.....	6
2 MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 ANTECEDENTES	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
UNIDAD I.....	9
2.2.1 ¿QUÉ SON LAS TIC'S?.....	9
2.2.2 OBJETIVOS DE LAS TIC'S.....	9
2.2.3 DEFINICIÓN SEGÚN VARIOS AUTORES ACERCA DE LAS TIC'S	9
2.2.4 HISTORIA DE LAS TIC'S	10
2.2.5 CARACTERÍSTICAS DE LAS TIC'S.....	18
2.2.6 USO DE LAS TIC'S EN LAS EMPRESAS.	21
2.2.7 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DE LAS TIC'S	21
2.2.8 TIPOS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ..	22

2.2.9	IMPACTO DE LAS TIC'S EN LAS ORGANIZACIONES	24
	UNIDAD II.....	26
2.2.10	¿QUÉ ES EL SECTOR EMPRESARIAL?.....	26
2.2.11	EL SECTOR EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.....	26
2.2.12	APLICACIÓN DE LAS TIC'S EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL	27
2.2.12.3	TODOS LOS DEPARTAMENTOS DEBEN AUTOMATIZARSE	29
	UNIDAD III	31
2.3	UNIDAD HIPOTÉTICA	31
2.3.1	HIPÓTESIS	31
2.3.2	VARIABLES.....	31
2.3.3	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	32
	CAPÍTULO III	34
3	MARCO METODOLÓGICO	34
3.1	MÈTODO DE INVESTIGACIÒN	34
3.2	TIPO DE LA INVESTIGACIÒN.....	34
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÒN	35
3.4	POBLACIÒN Y MUESTRA.....	35
3.5	TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS	40
3.5.1	TÈCNICAS	40
3.5.2	INSTRUMENTOS	40
3.6	TÈCNICAS DE PROCEDIMIENTOS PARA EL ANÀLISIS.....	40
3.7	PROCEDIMIENTO E INTERPRETACIÒN DE DATOS	41
3.8	COMPROBACIÒN DE LA HIPÓTESIS.....	47
	CAPITULO IV	54
4	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54
4.1	CONCLUSIONES	54
4.2	RECOMENDACIONES.....	55
	BIBLIOGRAFIA.....	56
	ANEXO.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventajas y Desventajas.....	22
Tabla 2: Variable Independiente.....	32
Tabla 3: Variable Dependiente	33
Tabla 4: Empresas pequeñas de la Ciudad de Riobamba	35
Tabla 5 : Empresas medianas de la Ciudad de Riobamba.....	36
Tabla 6: Empresas grandes de la Ciudad de Riobamba.....	38
Tabla 7: Pregunta N. 1	41
Tabla 8: Pregunta N. 2	42
Tabla 9: Pregunta N. 3	43
Tabla 10: Pregunta N. 4	44
Tabla 11: Pregunta N. 5	45
Tabla 12: Pregunta N. 6.....	46
Tabla 13: Criterio de decisión	48
Tabla 14: Frecuencias observadas	49
Tabla 15: Frecuencias esperadas	50
Tabla 16: Distribución del Chi cuadrado.....	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: Pregunta N. 1	41
Gráfica 2: Pregunta N. 2	42
Gráfica 3: Pregunta N. 3	43
Gráfica 4: Pregunta N. 4	44
Gráfica 5: Pregunta N. 5	45
Gráfica 6: Pregunta N. 6	46

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Tabla del Chi-Cuadrado X^2	52
Ilustración 2: X^2 teórico vs. X^2 calculado	53

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado: “EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN EL SECTOR COMERCIAL Y SU APOORTE AL POSICIONAMIENTO EMPRESARIAL DURANTE EL PERIODO ENERO- JULIO 2016”, se realizó con la finalidad de entender la importancia, el manejo y su respectivo aporte de dichas herramientas virtuales dentro de las Empresas. La presente investigación está constituida por tres capítulos los cuales están desarrollados de la siguiente manera:

Capítulo I: Se desarrolla el marco referencial, en donde se puede constatar el planteamiento del problema y la formulación del mismo, así mismo los objetivos, justificación e importancia de la investigación.

Capítulo II: Se desarrolla el marco teórico, los antecedentes, la fundamentación teórica la misma que consta con desarrollo científico en cual se basa la investigación, dividiendo en dos unidades.

La primera unidad consta de conceptos básicos de las TICs, sus objetivos, definición según varios autores acerca de las TICs, la historia de las TICs mediante los años sesenta, setenta, ochenta, noventa y hasta la actualidad, características, el uso de las TICs en las empresas, ventajas y desventajas.

La segunda unidad consta de concepto del sector empresarial, el sector empresarial en la ciudad de Riobamba, aplicación de las TICs en el ámbito empresarial, Las TICs y el factor humano.

Capítulo III: Se describe los métodos que se utilizaron en la investigación, el tipo de investigación, el diseño de la investigación la población y la muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, técnicas de procedimiento para el análisis de los datos.

Se adjunta bibliografías y anexos utilizados en la investigación.

Abstract

This research work entitled "*THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE COMMERCIAL SECTOR AND ITS SUPPORT FOR BUSINESS POSITIONING DURING THE PERIOD JANUARY - JULY 2016*" was carried out with the purpose of understanding the importance, the management and its corresponding contribution of such virtual tools within companies. This investigation is made up by three chapters which are developed as follows:

Chapter I: The referential frame is developed; it shows the proposal and formulation of the problem, as well as the objectives, justification and importance of the research.

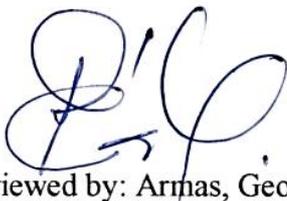
Chapter II: It develops the theoretical framework, the background, the theoretical foundation which consists of scientific development on which the research is based, dividing into two units.

The first unit consists of basic concepts of ICTs, its objectives, definition according to several authors about ICTs, the history of ICTs through the sixties, seventies, eighties, nineties and until today, characteristics, the use of ICTs in companies, advantages and disadvantages.

The second unit consists of the concept of the business sector, the business sector in the city of Riobamba, the application of ICTs in business, ICTs and the human factor.

Chapter III: Describes the methods that were used in the research, the type of research, the design of the research, population and sample, techniques and instruments for data collection, procedural techniques for data analysis.

Bibliographies and annexes used in the research are attached.



Reviewed by: Armas, Geovanny

Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Ciudad de Riobamba se caracteriza por fomentar empleo es por aquello que se han creado varias empresas dedicadas a distintas actividades de comercio por lo mismo que existe muchas personas que poseen ya sea sus pequeñas, medianas o grandes empresas, pero muchas veces no conocen o no aplican adecuadamente lo que es la tecnología o lo hacen de manera empírica, es aquí donde surge o nace la problemática a estudiar: **EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC's) EN EL SECTOR COMERCIAL Y SU APOORTE AL POSICIONAMIENTO EMPRESARIAL PERIODO ENERO-JULIO 2016.**

El reto de las TIC's dentro del sector comercial está sustentada por la necesidad de la sociedad ya que constituyen un avance tecnológico el mismo que se enfoca en la productividad y competitividad de las entidades comerciales si las usan adecuadamente.

Dentro del estudio realizado a través de las encuestas se pudo observar que muchas de estas empresas no trabajan con la tecnología mucho menos con aparatos tecnológicos, refiriéndose a una computadora específicamente, sino como ya lo mencionaron anteriormente lo hacen de manera manual, más no en una base de datos.

En base a todos estos factores obtenidos se debe considerar la importancia del manejo de estas herramientas informáticas dentro de las entidades comerciales para su posicionamiento en el mercado y su alcance al éxito.

CAPÍTULO I

1 MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La tecnología es una necesidad y algo que está presente en la vida de los seres humanos. Esta herramienta permite intercambiar informaciones, registrar datos, expresar ideas, los cuales son factores que han contribuido e influenciado en las distintas formas de comunicarse. Así, con el paso del tiempo, las personas fueron perfeccionando su capacidad de relacionarse y de cooperar entre sí. Es así que por las necesidades de la sociedad y por ende de las empresas surgen lo que son las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (TIC's).

Las TIC's son cada vez más usadas para el apoyo y automatización de todas las actividades de las empresas, gracias a ellas, las organizaciones han conseguido obtener importantes beneficios, entre los que caben mencionar la mejora de sus operaciones, llegada a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación fluida, no sólo con sus empleados sino también con sus clientes y proveedores. En pocas palabras, las TIC's les permiten lograr aumentar considerablemente su eficiencia. Además de mejorar la eficiencia, el uso de las TIC's tiene especial importancia para el mercadeo y las ventas, para la búsqueda y comunicación con proveedores y clientes, y para el continuo aprendizaje del empresario y del personal de las empresas.

“Los expertos concuerdan en que la forma de hacer negocios ha sido revolucionada por las TIC's. Por lo que no es difícil predecir que aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que no adopten estas iniciativas, no podrán persistir mucho tiempo más ya que resulta imposible pensar el desempeño de una compañía sin ellas”.(Vera, 2007).

En la actualidad los emprendedores y las pymes, parece que olvidan que una de la claves del éxito de la mismas se basa en un estrategia de implementación de soluciones empresariales acertada.

Frecuentemente la información disponible acaba afectando la calidad de la toma de decisiones, de manera que muchas veces no es posible tomar la decisión más acertada por no contar con los datos necesarios o debido a que, aun disponiendo de ellos, carecen de utilidad o no se posee el tiempo suficiente para poder llevar a cabo un análisis de los mismos.

Es por esa razón que, hoy en día, las empresas se decantan por la implementación de distintas herramientas o estrategias que les ayuden a alcanzar sus objetivos, en pos de adquirir ventajas competitivas respecto a la competencia. Esto explica claramente el papel fundamental que juegan las TIC's y las herramientas que colaboran en la toma de decisiones.

Por otro lado, mediante el empleo de las TIC's es posible recopilar información y llevar a cabo el tratamiento y análisis de la misma, como apoyo para la toma de decisiones. Incluso, son de gran ayuda para los niveles directivos, puesto que se trata de una herramienta que permite obtener ventajas competitivas, sirviendo como base para alcanzar el máximo nivel jerárquico de la empresa.

Los proyectos TIC's están revolucionando la manera de hacer negocios en el mundo, y si las Empresas no adoptan soluciones empresariales que permitan implementar nuevas tecnologías en sus estrategias, no podrán sobrevivir en el mercado, ya sea por la mala aplicación de la Tecnologías de la Información y Comunicación , o por falta de presupuesto o también por falta de capacitación a los empleados o por que no cuentan con programas continuos de aprendizaje para la utilización de la TIC's como medio de mejoramiento para su desempeño dentro de la organización.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el sector comercial y su aporte al posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Determinar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el sector comercial y su aporte al posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016.

1.3.2 Específicos

- Investigar cuál es el impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las Organizaciones
- Describir la importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el sector comercial.
- Investigar los tipos de Tecnologías de la Información y Comunicación en el sector Empresarial.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

(Velastegui, 2000) Las empresas pueden mejorar la eficiencia de los diferentes procesos empresariales -producción, ventas y administración reducir costos y elevar su competitividad mediante el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's). Además de mejorar la eficiencia de los procesos empresariales, el uso de las TIC's tiene especial importancia para el mercadeo y las ventas, para la búsqueda y comunicación con proveedores y clientes, y para el continuo aprendizaje del empresario y del personal de las empresas.

(González, 2008) Se debe considerar que con frecuencia, la información disponible acaba afectando la calidad de la toma de decisiones, de manera que muchas veces no es posible tomar la decisión más acertada por no contar con los datos necesarios o debido a que, aun disponiendo de ellos, carecen de utilidad o no poseen el tiempo suficiente para poder llevar a cabo un análisis de los mismos. Es por esa razón que, hoy en día, las empresas se decantan por la implementación de distintas herramientas o estrategias que les ayuden a alcanzar sus objetivos, en pos de adquirir ventajas competitivas respecto a la competencia. Esto explica

claramente el papel fundamental que juegan las TIC's y las herramientas que colaboran en la toma de decisiones.

“La innovación constante es la única forma de mantenerse competitivo, porque ninguna ventaja es sostenible en el largo plazo.”

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

En la Universidad Regional Autónoma de los Andes “UNIANDES” se ha realizado una investigación cuya temática es: “Uso de las Tics en la ocupación y la gestión del conocimiento de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de la ciudad de Riobamba durante el periodo 2010-2011”, cuyo resumen es el siguientes:

Se expone un conjunto de elementos teóricos conceptuales relacionados con el tema gestión del conocimiento, algunos antecedentes del surgimiento de esta nueva forma de gestión con la utilización de las TICS, las condiciones necesarias en la cultura empresarial para desarrollar este proceso con éxito, así como algunas de las herramientas que proveen las nuevas tecnologías de la información y comunicación útiles para su implementación en las empresas, en este sentido se ha establecido aspectos relacionados con la gestión del conocimiento implementadas por el personal administrativo como se ha identificado el conocimiento y uso de las TICS dentro de este campo. Por lo tanto de la investigación realizada se sostiene que existe un carente uso de las TICS par la gestión del conocimiento den las PYMES de la ciudad de Riobamba, proponiéndose un conjunto de talleres referentes a los aspectos anteriormente señalados considerando no solamente el nivel estratégico sino todos en su conjunto, para enriquecer el desarrollo y desempeño de las PYMES de la ciudad de Riobamba.

El reto de las PYMES en la actualidad está sustentada en dos aspectos nuevos como es la gestión del conocimiento considerada como una de las mayores riquezas sociales y las Tics que forman parte del adelanto científico y tecnológico por lo tanto su utilización demuestra competitividad, en estos dos ámbitos se enmarca el presente estudio relacionándolos en el tema: “Uso de las tics en la ocupación y la gestión del conocimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Riobamba durante el periodo 2010-2011”.

El objetivo general fue Diseñar una estrategia para el mejoramiento de gestión del conocimiento con el apoyo de las TICS en la ocupación en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) (Abdòn, 2014).

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Hace unos años la palabra de moda en el sector tecnológico era la de “multimedia”, como la suma de las posibilidades que ofrecen la informática, las telecomunicaciones y los contenidos. Ese concepto de multimedia ha ido perdiendo protagonismo y, en cambio, lo han ido cogiendo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC’s). Pero, ¿qué son las TIC’s? Básicamente suponen un sector de actividad que resulta de aplicar conjuntamente lo que ofrecen las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, que hace tiempo que empezaron a dejar de considerarse por separado. El potencial conjunto de los dos tipos de tecnologías es tan grande que, además de suponer un destacado sector de actividad empresarial, afecta a todos y cada una de las actividades económicas y sociales que se realizan en el planeta.

Las TIC’s influyen en todo y están presentes en todas partes. Esa influencia es indudablemente positiva y se deja sentir en mayores prestaciones, ahorro de costes, reducción de emisiones, mejora de la productividad, mejora del nivel de comunicación entre las personas, incremento de la sostenibilidad de los negocios, entre otros.

Más allá de la descripción de las propias tecnologías y de las numerosas prestaciones que hacen posible su utilización en cualquier actividad, negocio o tarea que se realiza, lo más importante de las TIC’s son sus aplicaciones concretas y específicas para cada sector: Sanidad, Educación, Justicia, Banca, Seguros, Servicios, Administración Pública, otros. se benefician de las TIC’s y están cambiando su manera de trabajar, de operar y de relacionarse con otros sectores económicos y sociales. Algunos ejemplos pueden ser muy ilustrativos. (Roca, 2008)

Las tecnologías de información representan una gran ayuda para las empresas en todos los sectores en las que éstas se dividen.

Dentro de las organizaciones existen distintos programas informáticos que soportan las actividades del día a día de las empresas.

Las empresas actualmente cuentan con las tecnologías de información para tomar mejores decisiones, las TIC’s ayudan a las organizaciones a adaptarse a los cambios que se presentan dentro de la misma y del mismo mercado, las mismas que son relevantes en el ámbito organizacional porque conforme las necesidades tecnológicas empresariales van

evolucionando, éstas siguen ofreciendo beneficios y sobre todo continúan aportando valor para generar ventajas competitivas.

El uso de las tecnologías es relevante también porque las empresas apoyan sus procesos en estas y además tienen un adecuado control de éstos, del personal y de todas las transacciones que se realizan.

La administración de la información de las operaciones por medio de bases de datos hace más rápido el acceso a la información de clientes, transacciones y proveedores, genera estadísticas y reportes en cualquier momento para ayudar a los gerentes en la toma de decisiones más acertadas. Este es un gran ejemplo de cómo funcionan las TIC's en las organizaciones.

La relevancia de las TIC's en las organizaciones se puede resumir diciendo que sin las ellas las empresas perderían competitividad y sus procesos serían mucho más lentos y propensos a errores.

Con esto se refiere, a que si una organización como conjunto se resiste a inmiscuirse en las tecnologías de información y comunicación, se pierde gran oportunidad del mercado actual, por decisión propia.

Por ejemplo, además de que todas las empresas ya deben de contar con un sector que se ocupe de su presencia en redes y en internet en general, éstas se pueden auxiliar de las TIC's en cosas simples tales como videoconferencias para cerrar acuerdos y compartir ideas. Hoy en día ya existe una gran presencia de las TIC's en las organizaciones. (Castro, 2015)

UNIDAD I

2.2.1 ¿QUÉ SON LAS TIC's?

Radica en su potencial impacto sobre la productividad y competitividad de las empresas. Lefevre y Lefevre (1996) documentan una extensa gama de investigaciones, estos autores encuentran que el impacto de la adopción de TIC's tiende a ser observable a nivel de la firma, pero no necesariamente a nivel del sector productivo o a nivel de la economía como un todo. (Monge, Alfaro, & Alfaro, 2005)

“Las TIC's son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea. Son consideradas la base para reducir la Brecha Digital sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento.” (Pelàez, 2012)

2.2.2 OBJETIVOS DE LAS TIC's

Según el autor (Manene, 2011) los objetivos de la TIC's son:

- Expandir información, ya que hace posible la implementación de la calidad total y logra convertir las empresas comunes en organizaciones inteligentes.
- Gestionar recursos, las TIC's son un elemento clave para hacer que el trabajo sea más productivo.
- Permiten a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo.
- Competir en el mercado eficientemente con productos de calidad

2.2.3 DEFINICIÓN SEGÚN VARIOS AUTORES ACERCA DE LAS TIC's

Según el criterio de (Menendez, 2010) las tecnologías de la información y la comunicación agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, Internet y telecomunicaciones entonces la tecnología de información, es “el estudio, diseño, desarrollo, implementación, soporte o

dirección de los sistemas de información computarizados, en particular de software de aplicación y hardware de computadoras.”

Para la autora (Belloch, 2000) las TIC's son: nuevas tecnologías de la información y comunicación las mismas que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”.

Para (Badilla, 2016) las TIC's son instrumentos para recuperar, almacenar, organizar, producir, presentar, e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos.

2.2.4 HISTORIA DE LAS TIC's

LOS AÑOS SESENTA.

UNA NOVEDAD. - A partir de 1960 la informática se introduce en las organizaciones con el objetivo de automatizar tareas administrativas repetitivas (contabilidad, facturación y nómina, principalmente). La tecnología se basa en grandes ordenadores. El hardware y el software son extraordinariamente caros. Sólo las grandes organizaciones con enormes volúmenes diarios de trabajo administrativo pueden permitirse dichos costes. La justificación de la inversión radica en cálculos sobre los posibles ahorros salariales que se podían realizar en las áreas administrativas. En realidad no se producen ahorros, sino que, con recursos humanos no crecientes, se absorbe una cantidad mucho mayor de trabajo.

La tecnología es compleja y requiere personal especializado en número creciente (que se concentra en un área específica de la empresa). Se informatizan procesos aislados dentro de la organización. La actitud directiva es de tipo clásico y aparentemente racional: análisis coste-beneficio, exactamente igual que la actitud ante la modernización de una cadena productiva. La informática, como hemos dicho, es patrimonio de las grandes organizaciones. En resumen, un nuevo aparato, una nueva máquina, ha entrado en la organización. Las informaciones aportadas por los proveedores del hardware y el software y los estudios de grandes empresas consultoras basan su argumentación en costes y rapidez. La informática va entrando en más y más áreas de soporte administrativo. El paradigma tecnológico-

organizativo es el industrial clásico: añadimos a la automatización de la producción (con las tecnologías conocidas) la automatización del proceso burocrático (con una nueva tecnología).

LOS AÑOS SETENTA.

¿LA CONSOLIDACIÓN? -La progresiva implantación de la informática en los años anteriores ha cambiado la situación. Muchos directivos comienzan a cuestionarse por qué, teniendo los datos de la empresa en el ordenador, no pueden acceder a la información realmente necesaria para dirigir el negocio. Un directivo de una empresa altamente informatizada decía en aquella época: «Lo primero que me llama la atención en relación con los sistemas de información es que llega demasiada información. La explosión de información avanza, cruzándose y entrecruzándose por las mesas de los jefes, con una enorme cantidad de datos. La mayoría de toda esta avalancha se asimila sólo parcialmente. Y, en gran parte, no tiene ninguna importancia». Otro ejecutivo comentaba: «Yo creo que el problema de los sistemas de información de gestión ha sido, en el pasado, agobiante para muchas empresas en cuanto a lo que concierne a los jefes. El jefe tenía que luchar con montañas de informes e intentar determinar por sí mismo cuáles eran las partes críticas de la información contenida en aquellos informes, de modo que le sirviesen para tomar las medidas necesarias para corregir los problemas de cada situación».

Rockart en 1979, describía la situación con gran agudeza:

Se da poca importancia a las necesidades de información del director general. El sistema de información de la empresa, basado en la informática, se centra en el desarrollo de sistemas que llevan a cabo el proceso del trabajo burocrático de la empresa. La atención se enfoca, por lo tanto, sobre los sistemas que procesan las nóminas, pagos, vencimientos de efectos por pagar, facturación, existencias, efectos por cobrar, otros.

Los subproductos de información de estos sistemas de procesos de transacciones de datos quedan disponibles para todos los directivos interesados en ellos y algunos de los datos (por ejemplo, informes de ventas acumuladas e informes sobre la marcha de los presupuestos del ejercicio, actualizados hasta la fecha) se pasan a la dirección. Los subproductos que llegan a la misma suelen estar, con frecuencia, excesivamente condensados (por ejemplo, contraste entre lo real y lo presupuestado, para las principales decisiones o departamentos) o son

informes de excepción de un especial interés (por ejemplo, ciertos trabajos actuales críticos, en relación con algún estándar preestablecido). Todos los informes, sin embargo, son esencialmente subproductos de un sistema particular, previsto, en principio, para llevar a cabo el proceso de un trabajo rutinario de papeleo.

Allí donde el sistema de información no se basa en datos del ordenador, los informes que llegan a las altas esferas suelen ser, a menudo, versiones mecanografiadas de lo que en niveles más bajos de la empresa se piensa que puede ser útil. También puede consistir en un resultado corriente, que se produce normalmente, pero del que en una ocasión el “gran jefe” eventualmente solicitó información y ahora se la pasan, sin más, de un modo habitual.

Es comprensible la existencia de este método. El papeleo es necesario y se puede conseguir economía de personal de oficina, para centrarse en los sistemas de mecanizado del proceso de datos.

No obstante, también son necesarios otros sistemas que aporten una información más vital a la dirección de la empresa.

En esta línea, a finales de los años setenta se gesta el concepto de Management Information System (MIS), un sistema de información integrado que, basado en un diseño global, comprende tanto sistemas de automatización del trabajo burocrático como los sistemas de información de gestión de los diferentes niveles directivos.

Se puede resumir la situación diciendo que la informática de gestión había nacido departamentalizada sin generar un gran impacto organizativo global. La informática había cambiado el proceso operativo de muchas tareas administrativas y había alterado profundamente la estructura entera de muchas de ellas, pero globalmente la organización seguía gestionándose igual. Muy avanzados los años setenta empiezan a surgir las primeras respuestas a los problemas de la coherencia y la pertinencia de los datos que llegan a los directivos. Los proveedores informáticos empiezan a dar soluciones técnicas a estos problemas. Las primeras bases de datos en sentido moderno arrancan de este período. Se han de integrar los datos para conseguir información coherente y adecuada. Atención a este concepto: integración. A finales de los setenta ya empiezan a surgir voces que hablan de transversalidad de la información en la organización y del impacto de los sistemas de información en la organización y del impacto de los sistemas de información que, para ser útiles para la gestión, obligan a cambios organizativos que permitan establecer puentes operativos entre los diferentes departamentos. Cada departamento, por sí solo, ya no puede

definir su sistema de información. El sistema de información corporativo debe ser definido transversalmente y desde una posición jerárquica de máxima autoridad. Al mismo tiempo, es imposible establecer coherencia en el sistema de información sin establecerla en la operativa administrativa diaria. No se puede organizar sin tener en cuenta las necesidades de información (por cierto, informatizada). Se han de introducir modificaciones en la organización para garantizar el correcto flujo de la información, ya que sin dicho flujo la organización no podría gestionarse con la eficacia y la rapidez que el entorno competitivo exige. Al rol tradicional de la tecnología de la información de apoyo a las tareas administrativas, se le ha añadido el de proporcionar información (cada vez más crítica) para la gestión de la organización entera.

Paralelamente a estos hechos (y con un complejo mecanismo mutuo de causa-efecto), la tecnología avanza:

Mayor potencia de cálculo a menor precio.

- Junto con el mainframe aparecen los miniordenadores, que ponen la informática a disposición de un número mayor de organizaciones.
- Se consolida una potente industria de software y de consultoría.
- Las telecomunicaciones se desarrollan y empiezan a surgir las primeras grandes redes de teleproceso.
- La convergencia informática-telecomunicaciones empieza a dar sus primeros frutos operativos con repercusión clara en el entorno económico, especialmente bancario.
- Tímidamente aún, mecánica, informática y telecomunicaciones comienzan su convergencia. Se empiezan a sustituir los automatismos mecánicos de las cadenas de producción de alguna gran industria (automovilística, por ejemplo) por mecanismos electrónico-mecánicos programables por procedimientos software. Así como en los sesenta los mainframes estaban reservados a las grandes organizaciones, las primeras aplicaciones electrónico-mecánicas también.

LOS AÑOS OCHENTA.

LA ESTRATEGIA.-La difusión de las TIC's en las organizaciones durante las dos décadas anteriores conduce a un cambio cualitativo. Ninguna organización puede escapar a la influencia de las mismas. Empieza a detectarse que el cambio introducido por las TIC's en las organizaciones va mucho más lejos de lo comprendido hasta el momento. Las TIC's no

son sólo un instrumento de reducción de costes y de mejora de la información para la gestión. Las TIC's no son sólo un servicio de apoyo a la actividad principal de la organización. Las TIC's están cambiando la naturaleza de los productos, de los procesos de producción y servicios, así como la naturaleza de la competencia y de los sectores económicos mismos.

En la actualidad, el carácter del progreso tecnológico se ha invertido, la tecnología de la información avanza más deprisa que las tecnologías de tratamiento de lo físico.

Esta transformación tecnológica trae como consecuencia que cada vez sea mayor el ámbito de lo que la empresa puede hacer antes de que sus directivos puedan analizar las posibilidades.

Las tecnologías de la información deben analizarse desde esta visión:

- Orientadas a los objetivos finales de la empresa.
- Integradas (no departamentalizadas).
- Conjuntas (no aisladas del proceso operativo de gestión).

Esta visión no es una utopía económico-tecnológica. Ya en 1985, Porter y Millar señalaban que este papel estratégico de las TIC's no tenía la misma trascendencia en todas las organizaciones. El peso del contenido informativo en una cadena de producción puede estar en el producto o en el proceso. El contenido informativo del producto y la intensidad informativa de la cadena de producción de valor no eran iguales en todas las empresas, ni siquiera en todos los sectores económicos.

Paralelamente, el entorno tecnológico sigue avanzando. Se aceleran los procesos tradicionales:

- Mayor potencia de cálculo a menor precio.
- Los microordenadores se implantan masivamente.
- La convergencia informática-telecomunicaciones se acelera.
- Las aplicaciones electrónico-mecánicas empiezan a difundirse masivamente.

También empiezan a generalizarse de manera muy rápida otros elementos:

- El ordenador personal, creado en la década de los setenta, empieza a fabricarse y a distribuirse de forma masiva. La curva de implantación de este producto es prácticamente exponencial. Junto con la informática empresarial empieza a existir una informática doméstica y personal importante.

- Un sistema creado hace años en el entorno universitario empieza a tener más y más usuarios. Estoy hablando de Internet. La comunidad empresarial y político-administrativa tradicional permanece durante años ajena al fenómeno, pero su uso social es creciente.
- Empieza a vislumbrarse una confluencia simbiótica TIC's -industria cultural de la información y del entretenimiento.

Estos fenómenos tecnológico-económicos se dan en el marco de un cambio social importante que afecta a todo el globo terráqueo. No es, obviamente, intención de este escrito desarrollar el tema, pero, al mismo tiempo, es imposible entender el proceso que estamos describiendo a partir de los años noventa sin hacer mención de tres tendencias socioeconómicas de fondo:

- Globalización de la economía.
- Cambio en la estructura de los sectores productivos, que se basan cada vez más en redes de colaboración de producción, gestión e intercambio de información.
- Elevación del nivel de estudios de una parte significativa de la población mundial y, por lo tanto, de su capacidad de manejar información.

LOS AÑOS NOVENTA.

Un final de siglo burbujeante (y un inicio de siglo con resaca).-A lo largo de esta década se produce una explosión tecnológico-financiera. A mi entender el elemento clave reside en que el ciudadano de los países desarrollados y las elites cultivadas del resto del mundo pasan a estar conectados a la Red. El cliente final de la mayoría de las organizaciones lucrativas y no lucrativas va enganchándose, progresivamente pero con gran rapidez, a Internet. La informática doméstica y personal es un hecho con un peso económico aplastante. Las organizaciones también se transforman. Dejan de tener fronteras claras con el exterior. Una organización potente lo es no sólo por su estructura interna, sino cada vez más por su papel como nodo de una red de relaciones de producción, distribución e intercambio de información. El sistema de producción de valor de una organización de un sector determinada.

Queda alterado. La conexión de la cadena de valor de una organización con el exterior no pasa ya por pocos puntos. Las TIC's permiten enlaces de las cadenas de valor de otras organizaciones, proveedores y clientes en múltiples puntos de la estructura de una organización. El comercio electrónico es el fenómeno más publicitado en este contexto.

La dinámica tecnológica de los años noventa refuerza la tendencia:

- Las TIC's se incorporan definitivamente a los productos de gran consumo. El uso de componentes digitales en los automóviles fue pionero. La fotografía digital llegó posteriormente, pero la velocidad de difusión del producto ha sido fulgurante. Los productos generados por la fotografía tienen un gran contenido informativo. No es casualidad que la digitalización haya impactado primero a este sector dentro del mercado doméstico. (En este caso, el cambio lo está provocando la digitalización del producto MÁS la capacidad de las personas para elaborar y difundir información.)
- La convergencia informática-comunicaciones se hace total en los usos actuales de Internet.
- Internet refuerza también la confluencia simbiótica TIC's -industria cultural de la información y del entretenimiento. En algunos sectores, como el de la música, aún está por ver cuál será el negocio y la estructura de las discográficas dentro de 10 años.
- Las organizaciones empiezan a gestionar información y conocimientos (y no sólo datos) utilizando las TIC's.

En este contexto, se produce la confusión tradicional entre el todo y las partes. Sectores inversores importantes dejan de ver las TIC's como una parte fundamental de un proceso de creación de valor más amplio. Autonomizan las TIC's del resto de la cadena de valor, piensan que ha desaparecido el modelo económico tradicional, hablan de «nueva economía» y realizan enormes inversiones con ciertamente «nuevos criterios económicos» que nunca llegan a detallar. En definitiva, financieros revestidos de ropajes tecnológicos alquilados creen haber encontrado la piedra filosofal que transforma bits en oro. El viejo sueño alquímico resucita periódicamente, sólo cambia la materia prima.

Se ha hablado en los últimos años de la burbuja tecnológica. Es una expresión que me sorprende. La difusión de las TIC's en el uso social diario no cesa de aumentar, tanto en los hogares como en las organizaciones. Algunos hablan de crisis del sector ligado a las TIC's. Es curioso. Un sector que no cesa de expandirse.

Y está en crisis, dicen. La única crisis que detecto no es de sector, es la de las iniciativas empresariales y gubernamentales, que han sido incapaces de articular las TIC's con su cadena de producción de valor y con el sistema de valor del entorno en el que operan. La burbuja no es tecnológica, es financiera (y conceptual en muchos casos).

Algunos académicos han aceptado la teoría mediática de la burbuja tecnológica. El más interesante desde el punto de vista que se ha analizado es Nicholas Carr, el cual señala acertadamente que muchos productos y servicios TIC's se han convertido en commodities: no proporcionan ventajas competitivas estratégicas esenciales a las organizaciones. Son imprescindibles para funcionar y deben gestionarse con extremo rigor, como cualquier inversión o gasto de la empresa. Lo que está poco presente en esta reflexión de Carr es que la función realmente estratégica de las TIC's no se produce aisladamente del resto de actividades de una organización ni de la dinámica del entorno económico y social. La integración de actividades de producción de valor con un fuerte contenido informativo en un entorno social crecientemente informatizado es la clave del funcionamiento de las organizaciones de nuestro tiempo. La gestión de la información generada por una organización (en sus productos y en su cadena de producción) debe ser coherente con la estructura organizativa adoptada. Por ejemplo, un sistema de información integrado con profunda transversalidad organizativa colisionará frontalmente con una organización fuertemente departamentalizada, fuertemente jerarquizada y con poca integración operativa. Así mismo, en una organización de ese tipo será muy difícil implantar un sistema de comercio electrónico avanzado y exitoso.

El concepto positivo que debe ser comprendido y aplicado en estos momentos es el de red. Cualquier organización moderna es una red de actividades (parcialmente internas y parcialmente externas de su red de socios y colaboradores) dirigidas a un público que está interconectado en red en un mundo globalizado conectado casi instantáneamente por redes. Las TIC's desempeñan hoy un papel clave en el funcionamiento de estas redes. No sólo las hacen más eficaces (mayor rapidez en la transmisión de información y mayor economía frente a los sistemas tradicionales de difusión de las mismas). Las hacen posibles. ¿Cómo? Asegurando, fundamentalmente, cuatro aspectos:

1. La capacidad de crecimiento de la red. Sin las TIC's el número de nodos de una red tiene límites alcanzables rápidamente.
2. La actuación coordinada de la red. Las TIC's son un instrumento básico para la integración de las actividades de los diferentes nodos de una red.
3. La difusión y compartición de la información y de los conocimientos necesarios para el correcto funcionamiento de los nodos de una red de manera integrada.

4. La capacidad de rápida recomposición de una red ante cambios no previstos (o incluso previstos) del entorno.

Las TIC's no se superponen a la organización moderna, son parte integrante de la misma. Las TIC's no se superponen a las redes, son parte integrante de dichas redes. Las estrategias, los criterios operativos y las fórmulas organizativas deben pensarse conjunta e integradamente con la estrategia de uso de las TIC's. Las incoherencias han sido, son y serán fatales.

Los análisis de la cadena de producción de valor de una organización y de su conexión con el sistema de valor del entorno en el que opera no son ya suficientes. Deben complementarse con el análisis de la cadena de producción de valor de la/s red/es de las que forma parte una determinada organización. Así mismo, la cadena de producción de valor propia de una organización deja de tener una representación lineal para adoptar estructura de red. (Macau, 2004)

2.2.5 CARACTERISTICAS DE LAS TIC's

Según el criterio de Víctor Sánchez caracteriza a las TIC's de la siguiente manera:

Tienden a ocupar un lugar creciente en la vida humana y el funcionamiento de las sociedades.

La tecnología digital, unida a la aparición de ordenadores cada vez más potentes, ha permitido a la humanidad progresar muy rápidamente en la ciencia y la técnica desplegando el arma más poderosa: la información y el conocimiento.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado la gestión de las empresas y la manera de hacer negocios:

- Para comunicarse con los clientes
- Para gestionar pedidos
- Para promocionar los productos

Las TIC's conforman el conjunto de recursos necesarios para manipular la información: los ordenadores, los programas informáticos y las redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla.

Se pueden clasificar las TIC's según:

- Las redes.
- Los terminales.
- Los servicios.

Las redes: Las diferentes redes de acceso disponibles actuales son: telefonía fija, banda ancha, telefonía móvil, redes de televisión, redes en el hogar, entre otros.

Los terminales: Los terminales actúan como punto de acceso de los ciudadanos a la sociedad de la información y por eso son de suma importancia y son uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionan: es continua la aparición de terminales que permiten aprovechar la digitalización de la información y la creciente disponibilidad de infraestructuras por intercambio de esta información digital. A esto han contribuido diversas novedades tecnológicas que han coincidido en el tiempo para favorecer un entorno propicio, ya que la innovación en terminales va unida a la innovación en servicios pues usualmente el terminal es el elemento que limita el acceso.

Servicios en las TICs: Las empresas y entidades pasaron a utilizar las TIC's como un nuevo canal de difusión de los productos y servicios aportando a sus usuarios una ubicuidad de acceso. Aparecieron un segundo grupo de servicios TIC's como el comercio electrónico, la banca online, el acceso a contenidos informativos y de ocio y el acceso a la administración pública. La telefonía móvil es uno de los apartados que aporta más actividad a los servicios de las TIC's. Además de las llamadas de voz, los mensajes cortos (SMS) es uno de los sistemas de comunicación más baratos, eficaces y rápidos que existen.

CARACTERÍSTICAS:

- Permiten la interconexión.
- Tienen elevados parámetros de imagen y sonido.

Inmaterialidad (Posibilidad de digitalización): Las TIC's convierten la información, tradicionalmente sujeta a un medio físico, en inmaterial. Mediante la digitalización es posible almacenar grandes cantidades de información, en dispositivos físicos de pequeño tamaño (discos, CD, memorias USB, entre otros.). A su vez los usuarios pueden acceder a información ubicada en dispositivos electrónicos lejanos, que se transmite utilizando las redes de comunicación, de una forma transparente e inmaterial.

Esta característica, ha venido a definir lo que se ha denominado como "realidad virtual", esto es, realidad no real. Mediante el uso de las TIC's se están creando grupos de personas que interactúan según sus propios intereses, conformando comunidades o grupos virtuales.

Instantaneidad: Se transmite la información instantáneamente a lugares muy alejados físicamente, mediante las denominadas "autopistas de la información".

Aplicaciones Multimedia: Las aplicaciones o programas multimedia han sido desarrollados como una interfaz amigable y sencilla de comunicación, para facilitar el acceso a las TIC's de todos los usuarios. Una de las características más importantes de estos entornos es "La interactividad". Es posiblemente la característica más significativa. A diferencia de las tecnologías más clásicas (TV, radio) que permiten una interacción unidireccional, de un emisor a una masa de espectadores pasivos, el uso del ordenador interconectado mediante las redes digitales de comunicación, proporciona una comunicación bidireccional (sincrónica y asincrónica), persona- persona y persona- grupo.

Se está produciendo, por tanto, un cambio hacia la comunicación entre personas y grupos que interactúan según sus intereses, conformando lo que se denomina "comunidades virtuales". El usuario de las TIC's es por tanto, un sujeto activo, que envía sus propios mensajes y, lo más importante, toma las decisiones sobre el proceso a seguir: secuencia, ritmo, código, otros.

Interactividad: La interactividad es posiblemente la característica más importante de las TIC's para su aplicación en el campo educativo. Mediante las TIC's se consigue un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con el ordenador.

Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales...): El impacto de las TIC's no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que, se extiende al conjunto de las sociedades del planeta. Los propios conceptos de "la sociedad de la información" y "la globalización", tratan de referirse a este proceso. Así, los efectos se extenderán a todos los habitantes, grupos e instituciones conllevando importantes cambios, cuya complejidad está en el debate social hoy en día (Beck, U. 1999).

Innovación: Las TIC's están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, es de reseñar que estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios. Por ejemplo, el uso de la correspondencia personal se había reducido ampliamente con la aparición del teléfono, pero el uso y potencialidades del correo electrónico han llevado a un resurgimiento de la correspondencia personal. (Sánchez, 2012)

2.2.6 USO DE LAS TIC's EN LAS EMPRESAS.

Para (Sòlis, 2014), La constante evolución de la tecnología, junto a la aparición de nuevas y más complejas formas de utilización de la misma y a la completa interconexión y globalización de la economía, y los sistemas, implican que, más que nunca, las Tecnologías de la Información (TIC's) ofrecen extraordinarias oportunidades, a la vez que elevados costes e importantes riesgos, costes, riesgos y oportunidades hacen de las TIC's un elemento estratégico para el crecimiento, maduración y transformación de las organizaciones, pero, además, las convierte en factor crítico de éxito y de supervivencia de la empresa.

Según el criterio de (Najarely, 2014) "Las TIC's dentro de las Empresas son de mucha relevancia en el sector empresarial, ya que han logrado que las empresas se modernicen. Las tic están revolucionando la forma de hacer negocios por esta razón es necesario que las pequeñas, medianas, y grandes empresas las adopten, de lo contrario no logran permanecer a flote con el transcurso del tiempo"

2.2.7 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DE LAS TIC's

La autora (Najarely, 2014) destacaca las siguientes las ventajas y desventajas, acerca del uso de las TIC's:

Tabla 1: Ventajas y Desventajas

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> • Han logrado transformar la manera de trabajar y gestionar recursos de la empresa. • Es un elemento clave para que el trabajo desarrollado sea más productivo • Agiliza la comunicación de la empresa con su entorno • Sustenta el trabajo en equipo • Ayuda a promocionar productos en el mercado • Aumenta la competitividad de la empresa • Comunicación desde cualquier lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de privacidad • A calidad de la comunicación (ecos, interferencias, interrupciones, sonidos de fondo, distorsiones de sonido, entre otros.) que pueden variar según la conexión a Internet y la velocidad de conexión ISP. • Merma de puestos • Fraude • Aislamiento • Dependencia absoluta de las herramientas informáticas

Fuente: (Najarely, 2014)

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

2.2.8 TIPOS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Las tecnologías de comunicación e información se dividen en dos: Los Mass Media y los Multimedia.

MASS Media.-Los medios de comunicación de masas o mass media son canales artificiales de información que, utilizando medios tecnológicos, difunden información de manera simultánea e indiscriminada dirigidas a un receptor colectivo o social, donde este pierde identidad, integrándose a una masa social generalmente desconocidos por los editores de la información. Dichos medios permiten a una gran cantidad de personas acceder a sus contenidos. Así, se ha contribuido, en gran medida, a la globalización; rompiendo barreras de tiempo y espacio, dejando al mundo como una aldea global sin fronteras.

LOS MASS MEDIA Se clasifican en:

Escritos: Revistas, Folletos, Libros.

- **Las revistas:** es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado. Típicamente están impresas en papel de mayor calidad, con una encuadernación más cuidada y una mayor superficie destinada a la gráfica.

Eléctricos: Televisor, La radio, Computadores

Televisión.-La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio, por redes de televisión por cable, Televisión por satélite o IPTV. El receptor de las señales es el televisor. El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informado de todo el acontecer.

MULTIMEDIA.- Dentro de los multimedia tenemos: Esta clasificación se basa en el uso de:

- **Informática (Multimedia Off Line).**- Informática: como lo son los cds, cintas de video, cds educativos.

El video: es la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento.

- **Telemática (Internet) (Multimedia on line).**- La Telemática: también conocido como Multimedia On line, todo lo relacionado con internet: Aulas virtuales, entornos, chats, correo electrónico. (Gutierrez, y otros, 2012)

El Aula Virtual.- Es una plataforma versátil que proporciona herramientas que facilitan la docencia presencial/semipresencial/virtual y la creación de espacios colaborativos para grupos de trabajo multidisciplinares.

2.2.9 IMPACTO DE LAS TIC's EN LAS ORGANIZACIONES

Existe una relación bidireccional entre la organización y sus sistemas de información. La organización está abierta a los impactos de los sistemas de información y estos deben estar alineados con los objetivos de la organización. Existen unos factores mediadores que influyen en la interacción entre las TIC's y las organizaciones.

Existen varios tipos de definiciones de organización: desde las definiciones centradas en el aspecto técnico que consideran la organización como un conjunto de recursos procesadores para producir una salida en forma de productos o servicios, hasta las definiciones centradas en los comportamientos, que hablan de un conjunto de derechos, responsabilidades y obligaciones. A pesar de la diversidad de organizaciones que pueden existir, todas comparten unas características comunes: unos procedimientos operativos normalizados y una política organizacional. Dentro de las características naturales está la resistencia a los cambios organizacionales grandes. También debemos pensar en lo que se llama “cultura organizacional”, con sus principios implícitos y su fuerza unificadora, también resistente al cambio.

Los patrones de actividades que los empleados asumen también están siendo afectados, en áreas tales como:

- Procesos organizacionales
- Habilidades y patrones de trabajo
- Estructuras organizacionales

Las TIC's pueden usarse simplemente para automatizar procesos preexistentes, pero lo más probable es que las actividades sean por lo menos racionalizadas, para aprovechar las ventajas de las nuevas posibilidades que la tecnología crea, y en algunos casos los procesos requieren ser rediseñados sustancialmente. Por lo tanto, los impactos sobre los procesos organizacionales son notorios y pueden ser muy profundos.

La expectativa es que los cambios aporten beneficios considerables, pero a menudo esos beneficios solo se realizan a mediano plazo. Comúnmente el impacto a corto plazo en la organización y en su rentabilidad se ve como negativo, se hace la inversión, un gasto excepcional, y se rompe la rutina existente.

Inevitablemente el impacto sobre los empleados es significativo. Muchos pueden no estar bien acondicionados y mentalmente preparados para el cambio a raíz de su formación y experiencia. Es común que los frentes de trabajo en los que se requiere un rediseño radical sean precisamente aquellos en los que los empleados se han ido asentando en operaciones ineficientes y por lo tanto el choque del cambio es mayor.

Al implantar nuevas tecnologías de informática y comunicaciones, los patrones de trabajo y las habilidades que ellos requieren, podrán ser muy diferentes de los que se tenían antes. Son vitales las capacidades relacionadas con los computadores y las comunicaciones. Algunos procesos que se hacían por lotes, pueden orientarse a ser realizados inmediatamente, bajo pedido, para atender las necesidades de los clientes. También puede haber efectos sobre las jornadas laborales, como la posibilidad de extender el soporte a los clientes fuera del horario normal de oficina. También estas tecnologías ofrecen la posibilidad de desarrollar trabajos en la sede del cliente, o en la residencia del trabajador (teletrabajo), manteniendo en todo momento la necesaria comunicación e intercambio de información con la sede de la empresa.

También la estructura organizacional se ve impactada por las TIC's. De manera creciente, el enfoque tiende a dar trascendencia a los procesos del negocio, y a considerar como menos importante la jerarquía de administradores y supervisores.

Las unidades organizacionales que funcionan como mini-imperios son a menudo ineficientes por su resistencia al cambio. Cuando se implementan tecnologías informáticas y de comunicaciones, esas unidades tienden a ser remplazados por grupos más sueltos, no asociados por líneas funcionales, como mercadeo o producción, sino a lo largo de la cadena de negocios que añade valor a la materia prima para producir productos finales. (Restrepo, 1999)

UNIDAD II

2.2.10 ¿QUÉ ES EL SECTOR EMPRESARIAL?

A criterio de los siguientes autores (Quea & Brescia, 2012) “El sector empresarial está compuesto por diferentes clases de personerías jurídicas, diseñadas por personas naturales, cuya finalidad principal es la creación de valor para sí mismas y al mismo tiempo para la comunidad. Esta creación de valor se genera a través de la organización del capital económico, físico y humano para producir un bien o un servicio a la sociedad”

2.2.11 EL SECTOR EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

El Ministro de Comercio Exterior, Juan Carlos Cassinelli, dialogó con los representantes de la Cámara de Comercio de Riobamba para exponer los avances en materia de comercio que promueve el Gobierno Nacional.

En ese marco, Cassinelli resaltó los servicios que el Instituto de Promoción de Inversiones y Exportaciones (PRO ECUADOR) le puede prestar al sector productor de la provincia de Chimborazo. Sobre esta institución adscrita al Ministerio de Comercio Exterior (MCE), que cuenta con 30 oficinas comerciales alrededor del mundo, adelantó que organizará cerca de 60 eventos de promoción de la oferta exportable nacional durante el 2017.

“Es el brazo vendedor de todos los exportadores del Ecuador ya que brinda asesoría en etiquetado, normas técnicas y certificaciones sin costo”, expresó el titular del MCE respecto a las gestiones que realiza PRO ECUADOR para insertar múltiples productos en el exterior.

Durante esta cita con el sector empresarial de Riobamba precisó además que es necesario mejorar los canales de comunicación para que el sector productivo conozca sobre las oportunidades que prestan instrumentos como el Código Orgánico de la Producción, el cual garantiza mecanismos que benefician a la economía local.

Sobre la apertura comercial del Ecuador hacia nuevos mercados, señaló que el país no busca impulsar acuerdos comerciales que arrasen con la producción local, sino que respeten las asimetrías de los países y precautelen la industria nacional.

“Estamos en este momento trayendo una comisión fitosanitaria de China para revisar una parte de temas que estaríamos exportando desde el Ecuador, especialmente la quinua que aquí se produce” anunció el ministro Cassinelli durante el conversatorio con empresarios.

Asimismo aseguró que con mucha responsabilidad se estudiará de manera interministerial el cupo para la importación de vehículos tomando en consideración el sector que ensambla e importa automotores para venderlos a nivel nacional. (Cassinelli, 2016)

2.2.12 APLICACIÓN DE LAS TIC'S EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

La tecnología y el rendimiento laboral son herramientas indispensables para el desarrollo y la productividad de una empresa. El avance de las mismas obedece a un alcance global que genera respuestas adaptativas más que proactivas por parte de las organizaciones. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) modifican los procesos, hacen más sencillas las operaciones y generan un cambio en las competencias e incluso en el número de los recursos humanos de las empresas. Así lo especifica Joaquín Garrido, presidente de la Asociación Empresarial del Sector TIC's mediante una entrevista vía correo electrónico. “Los recursos humanos han pasado de ser el departamento de personal, a un área que desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las organizaciones y la estrategia del negocio”, afirma el especialista en TIC's.

A su juicio, la función de un gerente de gestión humana está cambiando porque se está involucrando más con las estrategias de su organización y se interesa no solo por la gestión de personal o la evaluación del rendimiento, sino para fomentar el aprendizaje y facilitar la ejecución de los procesos internos mediante las TIC's.

“Para nadie es un secreto el enorme crecimiento de la tecnología, especialmente la de Internet en todos los ámbitos y actividades empresariales en nuestros días y, más aún, lo que se vislumbra en un futuro cercano; y por supuesto, el área de recursos humanos no podía quedar al margen de ello”, explicó Garrido en una entrevista vía correo electrónico.

Una de sus afirmaciones más comentadas es que las TIC's son herramientas poderosas que puestas al servicio de la formación, incrementan las oportunidades de acceso al aprendizaje continuo y hacen posible que los conceptos de flexibilidad e interactividad se concreten.

Garrido considera que el indicador del poder de las TIC's depende de la inversión que hagan las instituciones.

“La aplicación de una gama de tecnologías del aprendizaje en el campo del desarrollo de recursos humanos va estrechamente ligada a la mejora de la calidad de los sistemas”, puntualizó Garrido. Destaca que el desarrollo tecnológico ha alcanzado niveles sorprendentes, tal vez más allá de lo que hace unos cuantos años se esperaba, provocando así una mejora en la optimización, automatización y agilización de los medios empleados en los departamentos de gestión humana. El experto en TIC's y recursos humanos resalta que para poder hacer un cambio en los servicios que ofrecen las instituciones, es necesario que se produzca un cambio de mentalidad del personal de la organización y de sus mandos intermedios.

2.2.12.1 INTEGRACIÓN DE LA TECNOLOGÍA A LOS PROCESOS

“Siempre he dicho que los resultados de las empresas se basan en tener una buena estrategia a lo que se suma la preparación de sus recursos humanos, lo que es multiplicado por la innovación que sea capaz de generar; pero la mejora exponencial se produce juntando todo esto y poniendo las TIC's en el centro de su estrategia” El profesional de recursos humanos enfrenta diversos desafíos en el logro de su objetivo en las organizaciones. Este fin, dice Garrido, puede resumirse en la búsqueda permanente de coincidencias dentro de los intereses del recurso humano y los intereses del propietario, para de esa manera lograr el mejor desarrollo de la organización en la cual ambos están integrados. Concluyen que el principal desafío del especialista en recursos humanos es lograr la mejora permanente de las organizaciones de las que forman parte, haciéndolas más eficientes y más eficaces.

2.2.12.2 FACILIDADES DE LA TECNOLOGÍA

Las TIC's han facilitado las tareas habituales de los departamentos de recursos humanos, proporcionándoles una serie de herramientas de gestión laboral. En la actualidad, las áreas de personal cuentan con aplicaciones que les ayudan en procesos como la selección, formación, evaluación del personal o el cálculo de nóminas. “La función de gestionar, animar y dirigir a las personas, siempre ha buscado herramientas y modelos que le permitan

diagnosticar, remediar y mejorar la situación de la persona dentro de la empresa”, resalta Joaquín Garrido, presidente de la Asociación Empresarial del Sector TIC’s.

2.2.12.3 TODOS LOS DEPARTAMENTOS DEBEN AUTOMATIZARSE

El objetivo del departamento de recursos humanos es asumir el papel de facilitador de talento y de valor añadido que proporciona el capital humano a la organización. Para ello, Raquel González Sabín, autora del libro “Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de Recursos Humanos”, dice que es necesario que los departamentos redefinan su funcionalidad e incorporen elementos como la automatización de los flujos de trabajo, la implementación de centros de servicios compartidos y la intranet.

La autora afirma que para la implementación de esos elementos, es necesario tener un objetivo claro y cuantificable a la hora de tomar las decisiones de qué invertir, cuánto y cómo hacerlo.

2.2.12.4 GESTIONAR EL CAPITAL HUMANO

Además del proceso de selección de personal, la tecnología facilita herramientas como el aprendizaje electrónico, también conocido como el “e-learning”. Añade que: “Es un nuevo concepto en el que se integra el uso de las TIC’s y otros elementos didácticos para la capacitación y enseñanza de los empleados”, afirma. González Sabín dice que ese modelo conjuga las ventajas de los modelos tradicionales de formación a distancia, y las que brindan las herramientas telemáticas, a través de una metodología orientada a optimizar el proceso de aprendizaje, con el fin de que los miembros de la empresa no queden al margen de las innovaciones tecnológicas. Si se aprovecha la tecnología para facilitar el trabajo del capital humano, la organización en general tendrá crecimiento. (Méndez, 2017)

2.2.12.5 LAS TIC’s Y EL FACTOR HUMANO

La empresa con el apoyo de las TIC’s tiene múltiples ventajas y oportunidades, tanto en productividad como en inclusión, logrando agregar valor al negocio. Puede sumar concentración de información en pocas manos, nuevos modelos económicos, reputación online y transparencia de las organizaciones, entre otros.

Las nuevas tecnologías no sólo están impactando las empresas, sino también las modalidades de trabajo. Modelos como el teletrabajo brindan oportunidades laborales no sólo como una forma de laborar desde casa o fuera de la oficina, sino que también abren la posibilidad a personas con diferentes discapacidades de tener condiciones laborales deseables para su condición.

Las nuevas tecnologías han traído retos en la cultura empresarial, cabe preguntarse qué competencias laborales deben tener los empleados de hoy, cómo la empresa debe afrontarlas y establecer pautas, normas y procedimientos que permita a los trabajadores interactuar con las redes sociales, optimizar tiempos, fortalecer competencias, capacitarse y ser más productivos; en donde se tengan en cuenta brechas tanto generacionales como de conocimiento frente a las TIC's.

La organización moderna supone que todos o casi todos los competidores han alcanzado la automatización del proceso administrativo y burocrático, por lo que ha desaparecido la ventaja competitiva en este renglón, no obstante, la mala gestión de las TIC's en este departamento, crea situaciones de desventaja competitiva en costes o en eficiencia respecto a la competencia, la automatización del proceso administrativo y burocrático es una función obligada en la organización moderna. Desde el punto de vista directivo se gestiona con criterios clásicos. El uso de las TIC's en esta función responde, aún en gran parte, al paradigma industrial. Como valor añadido, las TIC's permiten plantearse, de manera económicamente realista, actuaciones transversales e integradoras en los circuitos administrativos de una organización, así como asumir grandes volúmenes. (Sojo, 2015)

UNIDAD III

2.3 UNIDAD HIPOTÉTICA

2.3.1 HIPÓTESIS

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial y su aporte al posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016.

2.3.2 VARIABLES

2.3.2.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's)

2.3.2.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Posicionamiento Empresarial

2.3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 2: Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTO
La utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación	Tecnologías de la información y la comunicación son un elemento clave para hacer que el trabajo de las Empresas sea más productivo.	Tecnologías	Con las que cuenta la empresa Entre empresa y clientes	Encuesta
		Comunicación	Dentro de la empresa Coordinación entre los miembros de la empresa	Encuesta
		Productivo	Lo que la empresa produce	Encuesta

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Tabla 3: Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTO
Aporte al posicionamiento empresarial.	Ser competitivos en el mercado ofreciendo producto de calidad.	Competitivos	Productos similares	Encuesta
		Producto	Calidad	Encuesta

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÈTODO DE INVESTIGACIÒN

3.1.1 Hipotético-Deductivo

En esta investigación se ha propuesto una hipótesis por lo que se ha considerado que posee inferencia en los datos empíricos. Así se podrá abordar conclusiones específicas a partir de la hipótesis para que después la misma pueda ser comprobada experimentalmente.

- *Observación.*- Se observa los medios de comunicación que las empresas de la Ciudad de Riobamba utilizan, a más de ello el empleo de Tecnologías de Posicionamiento empresarial.
- *Planteamiento de la hipótesis.*- Se Plantea la respectiva hipótesis para la realización de este trabajo de investigación.
- *Verificación.*- Después de formular la hipótesis se procedió a la verificación de la misma.

3.2 TIPO DE LA INVESTIGACIÒN

3.2.1 Investigación Descriptiva

Es una investigación descriptiva puesto que se trabajó sobre la realidad de los hechos, análisis, registro e interpretación de la naturaleza de los datos estadísticos orientados a las diferentes Empresas de la ciudad de Riobamba.

3.2.2 Investigación documental

Para realizar la investigación sobre el tema propuesto se acudió a diferentes fuentes bibliográficas como: libros, folletos, los mismos que aportaron significativamente para el desarrollo del trabajo.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 De campo.

Es de campo porque se investiga en el mismo lugar de los hechos; se realiza un acercamiento directo con los sujetos involucrados en el problema y se apoya en informaciones obtenidas a través de encuestas.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

La población está conformada por 700 empresas debidamente registradas en la Cámara de Comercio de Riobamba y a la vez que se encuentran clasificadas en pequeñas, medianas y grandes empresas.

A continuación se presenta un cuadro donde se observa detalladamente las pequeñas empresas de la Ciudad de Riobamba.

Tabla 4: Empresas pequeñas de la Ciudad de Riobamba

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
ABARROTOS PABLITO	AYACUCHO Y 5 DE JUNIO	2966632
VIVERES LA DOLOROSA	PRIMERA CONSTTUYENTE Y PURUHA	2964439
COMERCIAL LEON	JUNIN Y 5 DE JUNIO	
ACADEMIA DE DANZA Y BALLET MERCEDES NUÑOZ	OROZCO Y MARIANA DE JESUS	2964450
ALMACEN VARIIDADES	PRMERA CONSTITUYENTE Y COLON	2960068
ALMACEN EL GRAN BAZAR	PURUHA 24-63	2963055
ESTEFANNY FANTASÍAS	10 DE AGOSTO Y PICHINCHA	2951505
INTERNET SERVICES	PICHINCHA Y GUAYAQUIL	32951441
ALMACEN AVÍCOLA EL PIOLIN	AYACUCHO Y JUAN DE VELASCO	2954213
MUNDO INFANTIL	ESPAÑA Y 10 DE AGOSTO	2962748
LANALANDIA	VELOZ Y COLON	2964271
ALFY	CARABOBO Y OLMEDO	2960633
BAZAR ANYLU	ESPEJO Y VELOZ	329517
CÁRNICOS EL POTITO	VELOZ Y JUAN MONTALVO	2965525
ECUANET	EDF ESMEALDAS VELOZ S N Y GARCIA MORENO	2951650
PUNTONET S A	AV DANIEL LEON BORJA 3604 Y URUGUAY PISO 3	2967728
ABASTOS LA CONCEPCIÓN	ARGENTINOS # 23- 01 Y COLON	2961776
ABASTOS MICHITA	CARABOBO # 20 - 47 Y GUAYAQUIL	2961346
VÍVERES ESTHERCITA	ESMEALDAS # 33-22 Y FRANCIA	2963182
VIVERES JOEL	OLMEDO Y CARABOBO	
VIVERES STHEFY	CIUDADELA LA POLITECNICA	2965432
	TOTAL	21

Fuente: Cámara de Comercio de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

En la siguiente tabla se presenta los nombres de las medianas empresas de Riobamba, las mismas que están debidamente registradas en la Cámara de Comercio.

Tabla 5 : Empresas medianas de la Ciudad de Riobamba

NOMBRE	DIREC CION	TELEFONO
CERÁMICAS RIGO	10 DE AGOSTO Y TARQUI	2950522
K" SEGA ACABADOS DE CONSTRUCCIÓN	VELOZ Y ALMAGRO	2951991
NOVAHOGAR	PRIMERA CONSTITUYENTE Y DARQUEA	2964027
COMERCIAL SOBRE RUEDAS	AV.PEDRO V. MALDONADO 5309 FTE GASOLINERA BRITO	2602269
AGUA LUZ	PARQUE INDUSTRIAL AV. ANTONIO SANTILLAN Y BOLIVAR BONILLA	2969918
ALMACEN FIESTA	LARREA Y 10 DE AGOSTO	
CENTRO COMERCIAL NINA TOSCANO	ESPEJO Y 10 DE AGOSTO	2961223
CATLEIA	10 DE AGOSTO Y COLON	2961002
EL PALACIO DEL CALZADO	ARJENTINOS Y 5 DE JUNIO	2961069
SCANDALO	10 DE AGOSTO Y ESPEJO	2945750
VAQUERO JEANS SPORT	GUAYAQUIL Y ROCAFUERTE	2963209
RIO GOL	BARRIO LA LIBERTAD VIA SAN LUIS	2922416
CENTRO COMERCIAL PAREDES	PICHINCHA Y PRIMERA CONSTITUYENTE	2960383
COAC ALLI TARPUC LTDA	GUAYAQUIL Y JUAN DE VELASCO	
COOP AHORRO Y CRÉDITO RIOBAMBA LTDA.	BARRIO LA MERCED	
FOTO ESTUDIO MILLER	10 DE AGOSTO Y PICHINCHA	2961861
RETRATOS FOTO ESTUDIO	AYACUCHO Y JUAN MONTALVO	2955130
BOTICA BRISTOL	LARREA Y 10 DE AGOSTO	2960216
COMERCIAL PURUHA	AV DANIEL LEÓN BORJA Y EPLICACHIMA	2943310
DISTRIBUIDORA DE CEMENTO CHIMBORAZO	AV JUAN FELIZ PROAÑO SALIDA A SAN LUIS	
FERRETERÍA JMENEZ	AVE.BOLIVAR BONILLA N°21 Y AVE.LEOPOLDO FREIRE	2947717
COMERCIAL FLORES	PRIMERA CONSTITUYENTE # 28 - 22 MAGDALENA DAVALOS	2965375
FUNERALES GONZALO MENDOZA CIA LTDA.	ESPAÑA Y OLMEDO	2944608
FUNERARIA CALDERÓN	GUAYAQUIL Y ESPAÑA	2961819
FUNERARIA MONTE DE LOS OLIVOS	ESPAÑA Y CARONDELET	2946394
FUNERARIA SENDERO DE LUZ	CHILE Y ESPAÑA	2953241
MENDOGAS	GUAYAQUIL Y JUAN DE VELASCO	2965241
GRUAS CHIMBORAZO	BARRIO LA TRINIDAD JUAN BERNARDO DE LEÓN Y LOJA	2966918
HOSTERIA EL TORIL	KM 1 VIA A BAÑOS	32374440
HOSTERIA LA ANDALUZA	SAN ANDRES	32949370
GISEL'S SPORT	JUNIN Y ROCAFUERTE	2951298
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS CHAVEZ	ROCAFUERTE 25-45 Y OROZCO	2955148
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS DENIS	GUAYAQUIL 28-60 Y CARABOBO	2948598
LA CASA DEL DEPORTISTA	GUAYAQUIL # 23 - 57 Y LARREA	2961325
GISEL'S SPORT	JUNIN Y ROCAFUERTE	2951298
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS CHAVEZ	ROCAFUERTE 25-45 Y OROZCO	2955148
LÁCTEOS PRASOL	AV CIRCUMBALACION Y TUCUMAN	
DONNI	AV DANIEL LEÓN BORJA SN	2961063
LIBRERÍA SELECTA	10 DE AGOSTO 2411 Y LARREA	2941192
LIBRERÍA TÉCNICA	ESPAÑA 23-33 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	2942713
LIBRERIA Y PAPELERIA ÉXITO	GUAYAQUIL # 22 - 16 Y ESPEJO	2962017
LIBRERÍA Y PAPELERIA GAMA	JUAN MONTALVO 20-34 ENTRE AVE. UNIDAD NACIONAL Y OLMEDO	2946641
LIBRERÍA SELECTA	10 DE AGOSTO 2411 Y LARREA	2941192

LUBRICADORA "NORIEGA"	PURUHA 25-72 Y ARGENTINOS	2965194
LUBRICADORA CARLOS GAITAN	VARGAS TORRES # 12 - 21 Y 11 DE NOVIEMBRE	2964739
LUBRILLANTA	OROZCO Y PURUHA	2952109
METALINDUSTRIAS BRITO C LTDA	PARQUE INDUSTRIAL SANTILLAN SN LOTE 1	2967147
MUEBLES DE ACERO VITERI	EVANGELISTA CALERO 1 (A UNA CUADRA DEL SECAP)	2968210
MUNDO TUERCA	BARRIO LA ESTACION AV D LEON BORJA SN Y DIEGO DE IBARRA	2969615
MUEBLERIA SAN ALFONSO	ARGENTINOS 19-42 Y TARQUI	
OPTICA CHIMBORAZO	VELASCO 27-34 Y AYACUCHO	2948054
OPTICA PEREZ	1ERA. CONSTITUYENTE 27-13 Y PICHINCHA	2960881
PAN VAN CIA. LTDA.	10 DE AGOSTO 24-55 Y ESPAÑA	2951703
OPTICA RIOBAMBA	10 DE AGOSTO # 25 -42 Y ESPAÑA	2961757
PANADERIA LA VIENEZA	LARREA 2116	2960107
PANADERIA Y PASTELERIA ARTESANA	AYACUCHO 29-39 Y 5 DE JUNIO	2965357
ALMACEN EL PINTOR	GUAYAQUIL 2447 Y ESPANIA	2963684
PLASTICOS EL MONITO	10 DE AGOSTO # 19 - 48 Y TARQUI	2960888
RADIOFONICAS POPULARES	JUAN DE VELASCO 2060 Y GUAYAQUIL BARRIO SAN FRANCISCO BARRIO-SAN FRANCISCO FRENTE A LA CASA INDIGENA	2961608
BONNY RESTAURANT	VILLARROEL 1558 Y ALMAGRO	2964426
HOSTERIA BAMBU	AVE. PEDRO VICENTE MALDONADO Y AVE. SAINT AMMOD MONTREAC	2604388
VERDE LIMON	AVE. UNIDAD NACIONAL Y CHILE	
ORIFLAME	AYACUCHO 28-03 Y ALVARADO	
MUNDO DEL TROFEO	COLON 2155 Y 10 DE AGOSTO	2967974
LA CASA DEL UNIFORME	COLOMBIA Y CARABOBO # 29 - 32	2944544
VIDRIALUM "NUESTRO MUNDO ES EL ALUMINIO"	AV. DE LA PRENSA 18-95 ENTRE PRINCESA TOA Y REY CACHA	2960162
VIDRIERIA PAEZ	VELASCO 21-53 Y 10 DE AGOSTO	0
RIODIESEL REPUESTOS	AV. PEDRO V. MALDONADO 62-20 Y JOSE LIONA	2605822
TECNIFRENO RIOBAMBA	VELOZ Y CARLOS ZAMBRANO	2961050
SEGURIDAD ELECTRÓNICA INTEGRAL	CHILE 25-05 Y ESPAÑA	2947618
SOS SISTEMAS ELÉCTRICOS FEPAC CIA LTDA.	VELOZ 3739 Y BRASIL	2967821
VICKYLANDIA	LUIS A. COSTALES 3712 Y BRASIL	2962443
ZURITEX	VELOZ 30-64 Y LAVALE	2951924
ALMACÉN DARA	PRIMERA CONSTITUYENTE S/N Y LAVALLE	2960194
ALMACEN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES	AV DE LA PRENSA Y M ELICIO FLOR	2965383
AUTOREPUESTO JAPONES	PRIMERA CONSTITUYENTE #29-47 Y JUAN MONTALVO	2942258
C. FLORES REPUESTOS ORIGINALES	PRIMERA CONSTITUYENTE # 28 - 22 Y MAGDALENA DAVALOS	2967803
	TOTAL	77

Fuente: Cámara de Comercio de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Se presenta una lista de las grandes empresas de la ciudad de Riobamba debidamente registradas en la Cámara de Comercio.

Tabla 6: Empresas grandes de la Ciudad de Riobamba

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO
COMERCIAL TOYOTA	AV. DANIEL LEÓN BORJA Y MIGUEL ÁNGEL LEÓN	2963101
BANCO GUAYAQUIL	PRIMERA CONSTITUYENTE Y GARCIA MORENO	2945001
BANCO DE LA PRODUCCIÓN S.A. PRODUBANCO BANCO	AV DANIEL LEÓN BORJA 4261 Y AUTACHI SECTOR ROSA MARIA	2950621
BANCO DEL AUSTRO	PRIMERA CONSTITUYENTE Y COLON	2953727
LYREC CIA. LTDA	BOLIVIA Y CHILE	2951729
ALMACEN ARTE HOGAR	LAVALLE ENTRE VILLAROEL Y CHILE	2946018
ALMACEN BUEN HOGAR	VELOZ Y PICHINCHA	2965816
ALMACEN SAVEDRA	GARCIA MORENO Y 10 DE AGOSTO	2969997
CASA COMERCIAL MERA	GARCIA MORENO Y OROZCO	2940990
EL FOCO NORTE	LA PRENSA Y UNIDAD NACIONAL	2947509
ELSSDECTROBAHIA	ESPEJO Y OLMEDO	2967200
MEGAOFERTA	10 DE AGOSTO Y ESPEJO	
TVENTAS	BRASIL Y PRMERA CONSTITUYENTE	
FABRICA DE EMBUTIDOS LA IBERICA	COLOMBIA Y LARREA	
ENSAMBLAJES MOTORIZADOS	AV UNIDAD NACIONAL	
HORNOS ANDINO	AV LIZARZABURU INTERSECCIÓN AV 11 DE NOVIEMBRE	2604604
TUBASEC C.C	AV CIRCUNVALACIÓN VIA A CHAMBO PARQUE INDUSTRIAL	32626218
ECUASANITAS	AV DANIEL LEÓN BORJA Y URUGUAY	2940053
FARMACIA ALEMANA	PRIMERA CONSTITUYENTE Y CARABOBO	2964132
CRUZ AZUL	AV DANIEL LEÓN BORJA Y MIGUEL ANGEL	2964144
ESTACIÓN DE SERVICIO RIVERA	AV UNIDAD NACIONAL Y CALICUCHIMA	2961132
GASOLINERA PURUHA	AV SELSO AUGUSTO RODRIGUEZ Y PURUHA	2964497
HORNOS LINCOLN	ARGENTINOS 1627	2964356
HOTEL EL ALTAR	11 DE NOVIEMBRE 20 Y DEMETRIO AGUILERA MALTA URB RBBA NORTE URB-RBBA NORTE EN EL HOTEL EL ALTAR EN LA PARTE POSTERIOR	32601347
HOTEL EL GALPÓN	ARGENTNOS Y AV. CARLOS ZAMBRANO	32960981
HOTEL ZEUS	SANTA FAZ AV DANIEL LEÓN BORJA Y DUCHICELA	32968036
ELITEGROUP COMPANIA LIMITADA	11 DE NOVIEMBRE Y EDUARDO KINGMAN	2607481
H&N IMPORTACIONES	CALLE 37 20-41 Y 5 DE JUNIO	32602024
IMPANDI DE IMPORTACIONES S.A	10 DE AGOSTO 24-17 Y LARREA	2968341
IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES	VELOZ 23-43 Y MAGDALENA DAVALOS	2960454
IMPORTADORA ANDINA S A	BARRIO SANTA FAZ AV DANIEL LEON BORJA SN Y LA 44	2960196
MEGA INMOBILIARIA VILEMA VILEMA	VELASCO 22/35 ENTRE 10 DE AGOSTO Y PRIMERA CONSTITUYENTE	2952661
BANCO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIA	10 DE AGOSTO 2742	2960165

CAMARA DE COMERCIO DE RIOBAMBA	PRIMERA CONSTITUYENTE 2626 Y ESPANAIA	2961792
CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA	10 DE AGOSTO Y ROCAFUERTE	2960219
CENTRO AGRICOLA DE RIOBAMBA	AV 9 DE OCTUBRE 4345 Y AGUSTIN ALZAMORA URB QUINTA MACAJI URB- QUINTA MACAJI	2962390
CRUZ ROJA	PICHINCHA 2323	2942703
EMPRESA ELECTRICA RIOBAMBA SA	ISABEL DE GOGIN SN Y BOLIVIA	2965157
INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION INEN	LAVALLE 2320 Y P CONSTITUYENTE	2965226
AGRIPAC S A	JUAN MONTALVO 0 Y BARON DE CARONDELET LOCAL AGRIPAC ESQ. LOCAL- AGRIPAC ESQ.	2942219
ALMACEN EL AGRO	CARABOBO 19-13 Y VILLARROEL	2961226
LICORES DON PACO	AVE. DANIEL LEON BORJA 37-47 Y BRASIL	2945045
ORGATEC	GUAYAQUIL # 28 - 15 Y ROCAFUERTE	2963134
CEMENTO CHIMBORAZO C.A	PRIMERA CONSTITUYENTE Y BRASIL	9010014
ECUAHIERRO	ESPEJO 27 - 19 Y JUNIN	2964202
LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI	9 DE OCTUBRE 3234 Y FRANCIA	2947083
PIZZERIA MONACO	AV DE LOS HEROES 2355 Y ARGENTINOS	2947342
ANDESEG ANDES SEGURIDAD CIA.LTDA	AVE. 11 DE NOVIEMBRE N°7 Y CANONIGO RAMOS	2945209
SEGUROS SUCRE S A	AV DANIEL LEON BORJA 2906 Y CARLOS ZAMBRANO	2945885
DICOSAVI	GUAYAQUIL Y 5 DE JUNIO (ESQUINA)	2965237
TOTAL		55

Fuente: Cámara de Comercio de Riobamba
Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

3.4.2 Muestra

Por ser una población representativa para la realización del análisis e interpretación de los resultados que lleven a sustentar la idea de defender se considera aplicar los instrumentos de obtención de datos a la totalidad de la población.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

3.5.1 TÉCNICAS

Las técnicas de investigación que se utilizó para la recolección de datos son: las encuestas, en las mismas que pude constatar distintas opiniones y datos acerca del problema que se está investigando.

Cuestionario de encuestas: mediante esta técnica pude recolectar información de manera directa a los dueños de las distintas empresas de Riobamba.

3.5.2 INSTRUMENTOS

- Encuestas

3.6 TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTOS PARA EL ANÁLISIS.

Para el análisis de los datos se utilizó las siguientes herramientas de oficina, Microsoft Word para el desarrollo del proyecto y con la ayuda de Microsoft Excel se gestionará el análisis de los datos y las tabulaciones de las encuestas permitiendo obtener tablas y gráficos que arrojan porcentajes verídicos para esta investigación.

3.7 PROCEDIMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

1.- ¿Conoce usted de qué trata las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)?

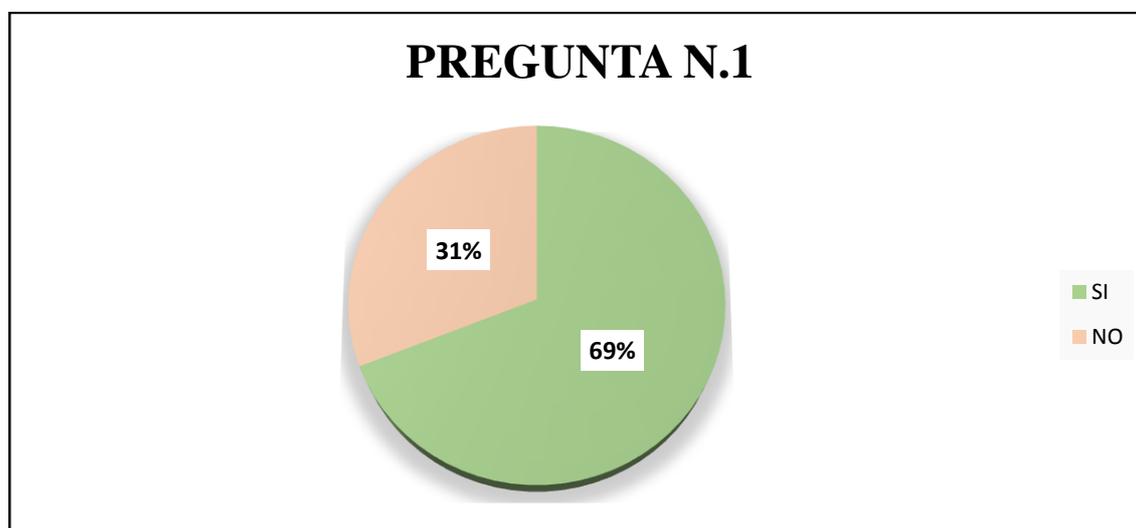
Tabla 7: Pregunta N. 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	109	69%
NO	49	31%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta elaborada a las empresas de la Ciudad de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Gráfica 1: Pregunta N. 1



Fuente: Tabla N.7

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el análisis realizado en la pregunta N.-1 se pudo verificar que el 69% de la población manifestó que si conocen acerca de las TIC's y saben cómo manejarlas dentro de las Organizaciones, mientras que en el 31% de la población observamos que no saben de qué trata las TIC's ya que en dentro de este porcentaje la mayoría de personas tienen un nivel de estudio bajo.

2.- La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial.

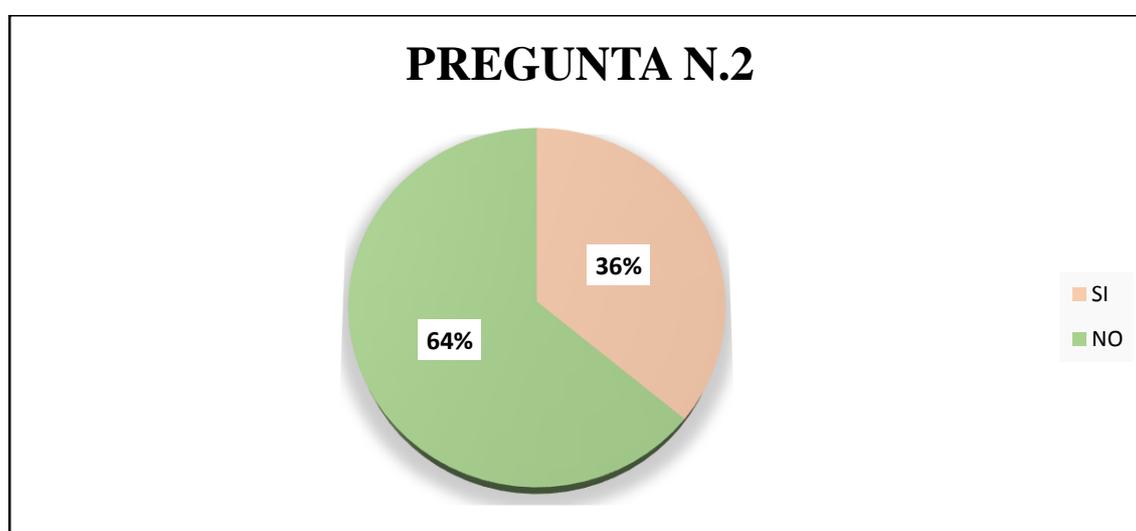
Tabla 8: Pregunta N. 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	57	36%
NO	101	64%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta elaborada a las empresas de la Ciudad de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Gráfica 2: Pregunta N. 2



Fuente: Tabla N. 8

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el análisis realizado sobre la pregunta N. 2 La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial se pudo verificar del 100% de la población el 36% de los encuestados dicen que efectivamente su empresa utiliza medios tecnológicos para posicionar a su empresa en el mercado; mientras que el 64% de los encuestados dicen que no utilizan ningún medio tecnológico para posicionar su empresa ya que las mismas son muy pequeñas o a su vez que se encuentran ubicadas en lugares estratégicos. Es decir que en este caso la mayoría de los encuestados no utilizan ningún medio tecnológico para posicionar a su empresa.

3.- ¿Considera importante invertir en la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?

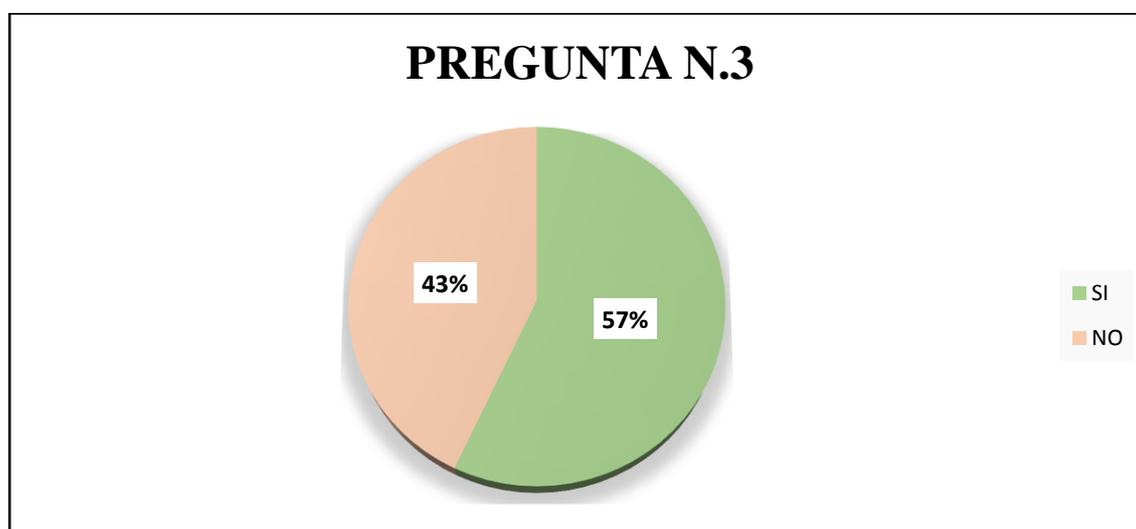
Tabla 9: Pregunta N. 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	90	57%
NO	68	43%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta elaborada a las empresas de la Ciudad de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Gráfica 3: Pregunta N. 3



Fuente: Tabla N. 9

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el análisis realizado sobre la pregunta N. 2 La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial se pudo verificar del 100% de la población el 36% de los encuestados dicen que efectivamente su empresa utiliza medios tecnológicos para posicionar a su empresa en el mercado; mientras que el 64% de los encuestados dicen que no utilizan ningún medio tecnológico para posicionar su empresa ya que las mismas son muy pequeñas o a su vez que se encuentran ubicadas en lugares estratégicos. Es decir que en este caso la mayoría de los encuestados no utilizan ningún medio tecnológico para posicionar a su empresa.

4.- Seleccione cuales de las siguientes Tecnologías de la Información y Comunicación debe tener una empresa para mejorar su posicionamiento:

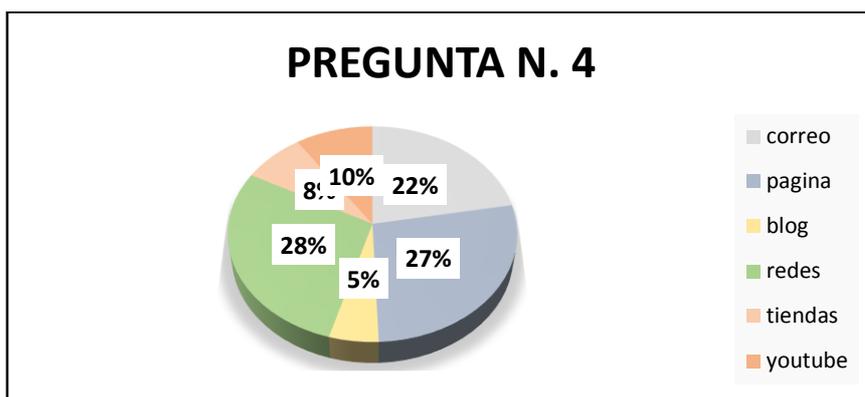
Tabla 10: Pregunta N. 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Correo electrónico	35	22%
Página web	43	27%
Blog	8	5%
Redes sociales	45	28%
Tiendas virtuales	12	8%
Youtube	15	10%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta elaborada a las empresas de la Ciudad de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Gráfica 4: Pregunta N. 4



Fuente: Tabla N. 10

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN

En el análisis realizado en la pregunta N.4 se pudo observar que la mayoría de los encuestados con porcentaje 28% mencionaron que las empresas deberían manejar lo que son redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros. Para dar a conocer a que se dedican y así ganar clientes; mientras que el 27% mencionaron que una empresa debería manejar páginas web para su posicionamiento en el mercado; mientras tanto con un porcentaje de 22% mencionaron que deberían utilizar correo electrónico dentro de las organizaciones; el 10 % de los encuestados optaron por Youtube ya mediante esta herramienta la empresa podría dar a conocer los productos o servicios que ofrecen a manera de video para que los posibles clientes observen; el 8% de los encuestados optaron por las Tiendas Virtuales ya que así las empresas venderían sus productos a menor tiempo; y el 5 % de la población encuestada manifestó que los Blogs son herramientas que deberían manejar las empresas.

5. ¿Considera usted que al emplear las nuevas tecnologías de la información y comunicación se generará una mayor interacción con los clientes?

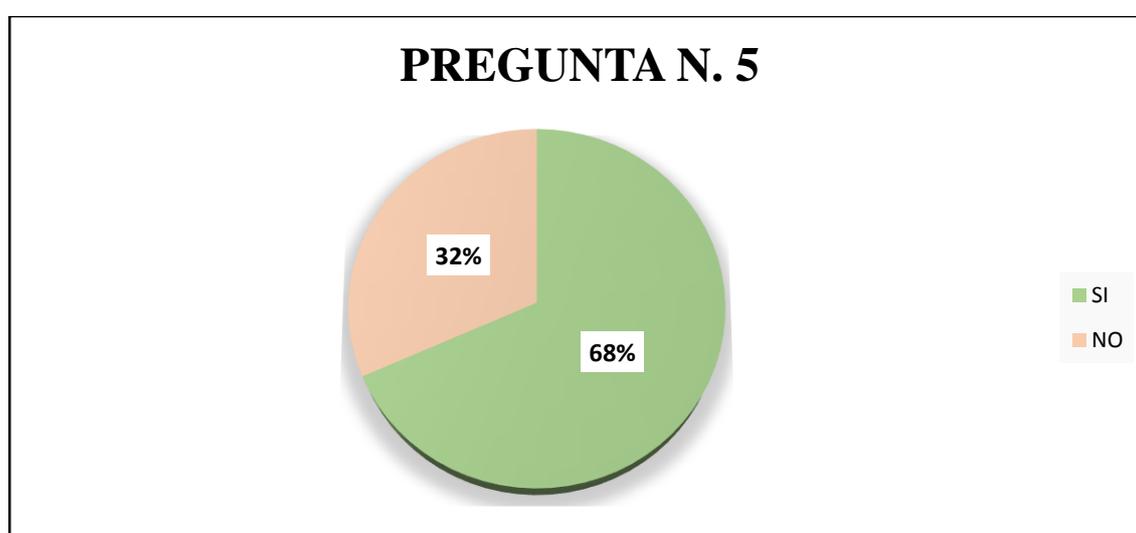
Tabla 11: Pregunta N. 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	108	68%
NO	50	32%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta elaborada a las empresas de la Ciudad de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Gráfica 5: Pregunta N. 5



Fuente: Tabla N.11

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el análisis realizado en la pregunta N.- 5, Se pudo observar que el 68% de la población encuestada considera que si se debería emplear las TIC's dentro de las Empresas ya que gracias a estas existirá mayor interacción con los clientes y se podrá determinar los gustos y preferencias de los consumidores; mientras que el 32% manifestó que no existiría interacción con los clientes ya que las compras que se realizarían de manera virtual y así no se conoce que tipo de clientes son, es decir la compra no se realizará cara a cara con los clientes.

6.- ¿Cuál sería la razón por que los empresarios no emplean las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?

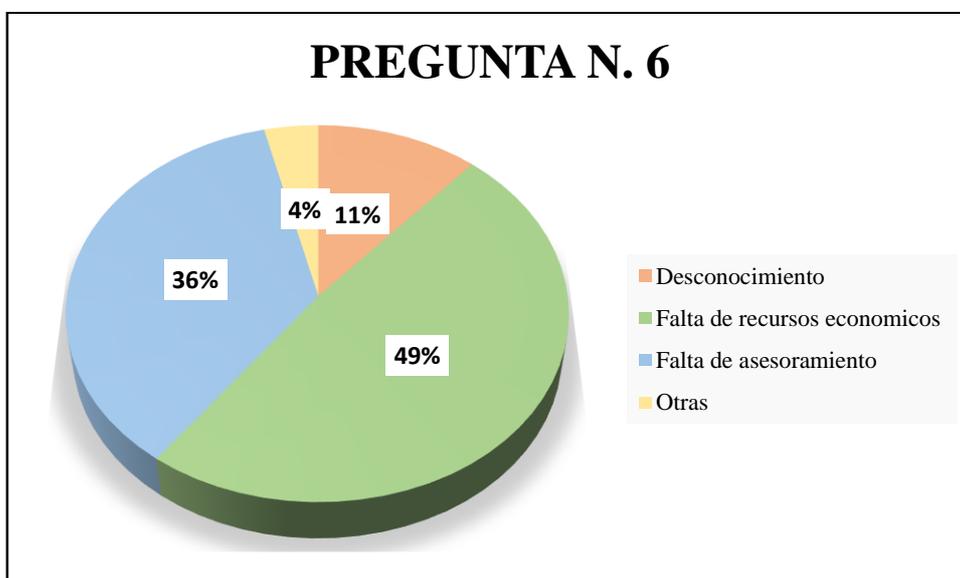
Tabla 12: Pregunta N. 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Desconocimiento	18	11%
Falta de recursos económicos	77	49%
Falta de asesoramiento	57	36%
Otras	6	4%
TOTAL	158	100%

Fuente: Encuesta elaborada a las empresas de la Ciudad de Riobamba

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Gráfica 6: Pregunta N.-6



Fuente: Tabla N. 12

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el análisis realizado en la pregunta N.- 6, se pudo constatar que el 49% de los encuestados manifestaron que no emplean las TIC's dentro de sus organizaciones ya que no cuentan con suficiente recursos económicos ya que la mayoría de las empresas solo cuentan con lo justo para sobrevivir dentro del mercado; mientras que el 36% de los encuestados dijeron que ellos no emplean las TIC's ya que no son correctamente asesorados por expertos en el tema; el 11 % de los encuestados manifestaron que no emplean las TIC's dentro de sus organizaciones ya que no saben manejarlas, y peor aún ni de que se trata.

3.8 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la prueba de hipótesis en la que tiene frecuencia utilizamos la prueba de Chi-cuadrado (X^2) que permite determinar si el conjunto de frecuencias observadas se ajustan a un conjunto de frecuencias esperadas o teóricas y se aplica la fórmula siguiente:

$$x^2_{calc} = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Dónde:

F_o=frecuencias observadas

F_e=frecuencia esperada

Para determinar la frecuencia esperada se utiliza la siguiente fórmula:

$$f_e = \frac{(\text{total filas}) * (\text{total columnas})}{\text{Número total de frecuencias esperadas}}$$

$$f_e = \frac{(3) * (4)}{158}$$

$$f_e = 0,07$$

La determinación de grados de libertad mediante la siguiente fórmula:

$$GL = (F - 1)(C - 1)$$

$$GL = (\text{filas}-1) (\text{columnas} -1)$$

Por lo tanto:

$$GL = (5-1) (2-1)$$

$$GL = (4) (1)$$

$$GL = 4$$

Nivel de significancia:

$$\alpha = 0,05$$

Tabla 13: Criterio de decisión

CRITERIO	LECTURA	DECISIÓN
$H1 = X^2 \text{ calculado} \geq X^2 \text{ teórico}$	Si chi-cuadrado calculado es mayor que chi-cuadrado teórico se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa	Rechaza H₀ Acepta H₁
$H_0 = X^2 \text{ calculado} \leq X^2 \text{ teórico}$	Si chi-cuadrado calculado es igual o menor que chi-cuadrado teórico se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa	Acepta H₀ Rechaza H₁

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

Comprobación de la hipótesis

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial aporta al posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016.

H₀ = Hipótesis nula

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial **NO APORTA** en el posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016.

H₁ = Hipótesis alterna

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial **SI APORTA** en el posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016.

Tabla 14: Frecuencias observadas

INDICADOR	FAVORABLE	DESFAVORABLE	TOTAL
1.- ¿Conoce usted de qué trata las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)?	109	49	158
2.- ¿La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial?	57	101	158
3.- ¿Considera importante invertir en la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?	90	68	158
5.- ¿Considera usted que al emplear las nuevas tecnologías de la información y comunicación se generará una mayor interacción con los clientes?	108	50	158
TOTAL	364	268	632

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Erika pamelita Moyón Pérez

Tabla 15: Frecuencias esperadas

INDICADOR	FAVORABLE	DESFAVORABLE	TOTAL
1.- ¿Conoce usted de qué trata las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)?	91,00	67,00	158,00
2.- ¿La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial?	91,00	67,00	158,00
3.- ¿Considera importante invertir en la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?	91,00	67,00	158,00
5.- ¿Considera usted que al emplear las nuevas tecnologías de la información y comunicación se generará una mayor interacción con los clientes?	91,00	67,00	158,00
TOTAL	364,00	268,00	632,00

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Erika pamela Moyón Pérez

Tabla 16: Distribución del Chi cuadrado

INDICADOR	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
1.- ¿Conoce usted de qué trata las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)?	3,56043956	4,835820896
2.- ¿La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial?	12,7032967	17,25373134
3.- ¿Considera importante invertir en la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?	0,010989011	0,014925373
5.- ¿Considera usted que al emplear las nuevas tecnologías de la información y comunicación se generará una mayor interacción con los clientes?	3,175824176	4,313432836
TOTAL	19,45054945	26,41791045
Chi Cuadrado	45,86	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

$$X^2 \text{ Teórico} = 3,84$$

$$X^2 \text{ Calculado} = 45,87$$

NIVEL DE SIGNIFICADO Y REGLA DE DECISIÓN

Se obtiene en la tabla de Chi cuadrado teórico que corresponde a **3,84** y como el valor de Chi cuadrado calculado es **45,87**, se determina que **$H_1 = X^2 \text{ calculado} \geq X^2 \text{ teórico}$** : Si chi-cuadrado calculado es mayor que chi-cuadrado teórico se rechaza la hipótesis nula y se **acepta la hipótesis alternativa** por lo mismo que es verídico la siguiente hipótesis: El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial **SI INFLUYE** al posicionamiento Empresarial en el periodo Enero-Julio 2016.

Ilustración 1: Tabla del Chi-Cuadrado X^2

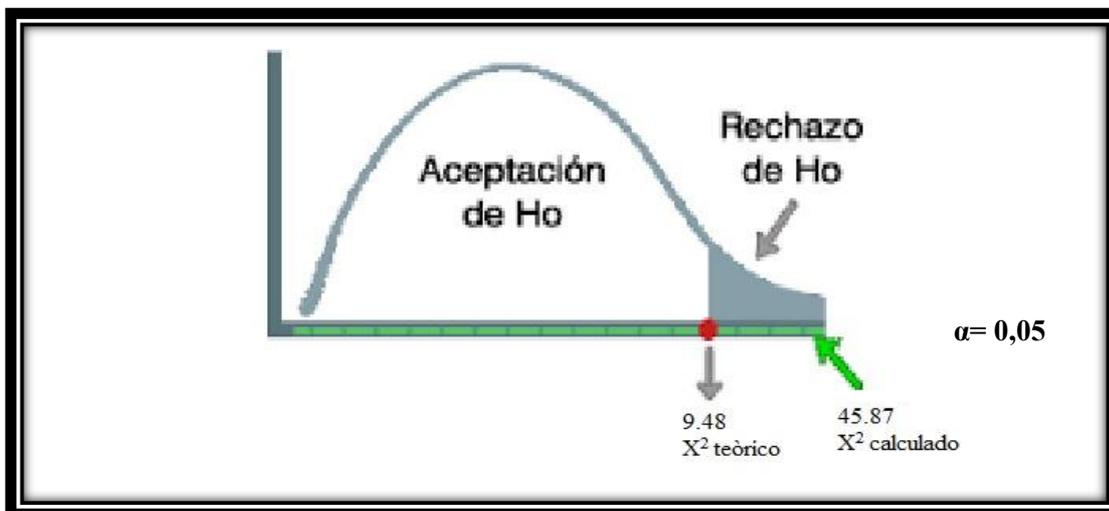
P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4540
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,0883	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7406	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7280	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4862	18,1598	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7345	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1663	21,3370
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2037	23,3367
25	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430	25,2218	24,3366
26	54,0511	50,8291	48,2898	45,6416	41,9231	38,8851	35,5632	33,4295	31,7946	30,4346	29,2463	28,1730	27,1789	26,2395	25,3365
27	55,4751	52,2152	49,6450	46,9628	43,1945	40,1133	36,7412	34,5736	32,9117	31,5284	30,3193	29,2266	28,2141	27,2569	26,3363
28	56,8918	53,5939	50,9936	48,2782	44,4608	41,3372	37,9159	35,7150	34,0266	32,6205	31,3909	30,2791	29,2486	28,2740	27,3362
29	58,3006	54,9662	52,3355	49,5878	45,7223	42,5569	39,0875	36,8538	35,1394	33,7109	32,4612	31,3308	30,2825	29,2908	28,3361

FUENTE: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Ilustración 2: X^2 teórico vs. X^2 calculado

$$X^2 \text{ teórico } (9.48) < X^2 \text{ calculado } (45.87)$$



FUENTE: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Elaborado por: Erika Pamela Moyón Pérez

ANÁLISIS DE LA ILUSTRACIÓN:

El valor de X^2 calculado en la presente investigación es de 45,87 la misma que es superior al valor de la tabla de distribución X^2 teórico 9,48; por lo consiguiente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada en la presente investigación con un nivel de significación de $\alpha = 0,05$.

CAPITULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- El impacto de las tecnologías de la información y comunicación en las Organizaciones es comúnmente utilizada para la automatización de los procesos dentro de las mismas, además optimizan el proceso de aprendizaje, con el fin de que los miembros de la empresa no queden al margen de las innovaciones tecnológicas. Es así que el 69% de la población encuestada manifestó que conoce que son las TIC's pero no las ponen en práctica dentro de su empresa ya que no consideran su utilización de gran importancia
- Las Tecnologías de la Información y Comunicación radican una gran importancia en la competitividad y productividad dentro de las Organizaciones, ya que estas herramientas permiten transmitir, procesar y circular información de manera rápida, dentro de la población encuestada se manifestó que el 28% usan las redes sociales como: Facebook, Instagram, entre otras.
- En base a los tipos de tecnologías de información y comunicación las organizaciones manejan muy poco estas herramientas virtuales ya que el 49% de las entidades carecen de recursos económicos, otro factor es el desconocimiento con un porcentaje de 11% y la falta de asesoramiento con un 36% para la implementación y manejo de estos instrumentos tecnológicos.

4.2 RECOMENDACIONES

- Las empresas que no manejen estas herramientas informáticas que lo hagan ya que son importantes y además optimizan tiempo y recursos económicos, así los miembros de la organización romperán paradigmas y estarán dispuestos al cambio.
- La implementación de estas herramientas informáticas radican la pérdida de tiempo en trabajos manuales y ayudan a ser competitivos y productivos dentro de una sociedad exigente ya que con la ayuda de las TICS optimizamos tiempo y producimos más.
- Dentro de las organizaciones exista talento humano capacitado que conozca y maneje este tipo de herramientas, así las empresas evitaren pérdida de tiempo, capital y eficacia en la realización de su trabajo.

BIBLIOGRAFIA

- Abdòn, G. (2014). *Uso de las TIC's en la ocupacion y gestiòn del conocimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Riobamba durante el periodo 2010-2011.* Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3196/1/TUAMGC003-2014.pdf>
- Badilla, J. (2016). *Definicion de las TIC's.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/GAA21/las-tics-57189796>
- Belloch, C. (2000). *Las tecnologías de la informaciòn y comunicaciòn.*
- Cassinelli, J. C. (2016). *Sector Empresarial de Riobamba conoce mecanismos para exportar.* Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/sector-empresarial-de-chimborazo-conoce-mecanismos-para-exportar/>
- Castro, C. D. (2015). *El uso de las TIC's en las organizaciones.* Obtenido de <http://www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/el-uso-de-las-tic-en-las-organizaciones/>
- González, J. (2008). Obtenido de *Tecnologías de Informaciòn y comunicaciòn.*
- Gutierrez, L., Torres, K., Rodriguez, E., Duque, B., Abreu, C., & Jhondreiker, V. (2012). *Tecnologías de Informacion y Comunicacion.* Obtenido de <http://tecnologiasdeinfiorunesr.blogspot.com/p/tipos-de-tic.html>
- Macau, R. (2004). *tic: ¿ para què? funciones de las tecnologías de la informaciòn y comunicaciòn en las organizaciones.* Obtenido de <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/macau0704.pdf>
- Manene, M. L. (2011). *Tecnologías de la informaciòn y comunicaciòn: definiciòn y metodologia de introducciòn en Pymes.* Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2011/09/29/las-tics-definicion-y-metodologia-m-i-t-de-introduccion-en-pymes/>
- Mèndez, A. (2017). *Aplicacion de las TIC en el ambito empresarial.* Obtenido de <http://www.listindiario.com/economia/2016/02/15/407818/aplicacion-de-las-tic-en-la-gestion-empresarial>
- Menendez, L. (2010). *Definición de las TIC.* Obtenido de https://es.slideshare.net/borjs93/definicion-de-tics?qid=e21a0f4d-48d7-4713-b3f0-3b54724f1c8c&v=&b=&from_search=3
- Monge, R., Alfaro, C., & Alfaro, J. (2005). *TIC's en las Pymes de centro america.* Editorial Tecnologica de Costa Rica. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=gNzpDW3gicAC&pg=PA136&dq=TICS+C ONCEPTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjz8dTW6MrUAhXFYCYKHZEcd4AQ6AEIMTAC#v=onepage&q&f=false>

- Najarely, P. (2014). *La importancia de las TIC en las empresas*. Obtenido de https://es.slideshare.net/pau08/importancia-de-las-tic-en-las-empresas?next_slideshow=1
- Pelàez, G. (2012). *Concepto de las TIC's*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/guidopb/qu-son-las-tics-13067328>
- Quea, V., & Brescia, C. (2012). *Sector Comercial*. Obtenido de <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2012/03/21/articulo3.pdf>
- Restrepo, L. (1999). *Tecnologías de la Información y Comunicación en la empresa*. Obtenido de <http://luisguillermo.com/tic.pdf>
- Roca, J. M. (2008). *Que son las TIC's*. Obtenido de <http://www.informeticplus.com/que-son-las-tic>
- Sánchez, V. (2012). *Tecnologías de la información y Comunicación*. Obtenido de <http://ticsvickest.blogspot.com/2012/11/concepto-y-caracteristicas-de-las-tic.html>
- Sojo, W. (2015). *Influencia, Importancia de las TIC's en las organizaciones*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/influencia-e-importancia-de-las-tic-en-las-organizaciones/>
- Sòlis, M. J. (2014). *Las TIC's en las Empresas*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/jmstop1512/importancia-de-las-ticss-en-las-empresas>
- Velastegui, N. (2000). *I-Bussines*. Obtenido de <http://www.micentroweb.com/es/info/tic.php>

ANEXO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial y su aporte al posicionamiento empresarial en la Ciudad de Riobamba.

INDICACIONES: Lea detenidamente el siguiente cuestionario y marque con una x la respuesta que considere correcta.

1.- ¿Conoce usted de qué trata las tecnologías de la información y comunicación (TIC's)?

SI

NO

¿POR QUÉ? _____

2.- ¿La Empresa se da conocer a través de un medio tecnológico para su posicionamiento empresarial?

SI

NO

¿POR QUÉ? _____

3.- ¿Considera importante invertir en la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?

SI

NO

¿POR QUÉ? _____

4.- Seleccione cuales de las siguientes Tecnologías de la Información y Comunicación debe tener una empresa para mejorar su posicionamiento:

Correo electrónico

Página Web

Blog

Redes Sociales

Tiendas Virtuales

Youtube

5.- ¿Considera usted que al emplear las nuevas tecnologías de la información y comunicación se generará una mayor interacción con los clientes?

SI

NO

¿POR QUÉ? _____

6.- ¿Cuál sería la razón por que los empresarios no emplean las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa?

Desconocimiento

Falta de Recursos económicos

Falta de asesoramiento

Otra: _____