



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INTEGRACIÓN CURRICULAR

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas**

**TEMA: “Incurción de las TICS y la gestión de la
información en los establecimientos de la ciudad
de Ambato”**

AUTOR: Paola Lizbeth Morales Acosta

TUTOR: Ing. Mg. María Dolores Guamán Guevara

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2023



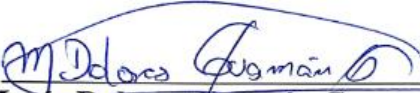
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. María Dolores Guamán Guevara

Certifica:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Incursión de las TICS y gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato**” presentado por el señorita **Paola Lizbeth Morales Acosta** para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 3 de marzo del 2023


Ing. ~~María Dolores~~ Guamán Guevara, Mg.
C.I.: 1802831691

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Paola Lizbeth Morales Acosta** declaro que los contenidos y resultados obtenidos en este proyecto, como requerimiento previo para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Paola Lizbeth Morales Acosta
C.I. 1850034586

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato



Ing. Mg. Sonia Fabiola Chaluisa Chaluisa
C.I.:0502752736



Ing. Mg. Ricardo Patricio Medina Chicaiza
C.I.: 1802333276

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución. Cedo los derechos en línea patrimoniales de este proyecto de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre que esta reproducción no suponga una ganancia económica y se respete los derechos de autor.



Paola Lizbeth Morales Acosta
C.I. 1850034586

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y la sabiduría para seguir adelante pese a las adversidades.

A mi madre Blanca Acosta por ser una persona fundamental en mi vida pues sin ella no lo habría logrado.

A mi hijo Alexis Guzmán por ser mi fuente de superación y motivación para no rendirme y salir adelante.

A mis hermanas Cristina Morales y Aracelly Morales por ser mi apoyo en este proceso de culminación, a mi padre Milton Morales por su apoyo y sus palabras de aliento.

A mis sobrinos Paulette Paredes, Christopher Padilla, Samantha Paredes y Zamara Lema por su apoyo incondicional en especial a Paulette que ha estado siempre en los momentos más difíciles.

Paola Lizbeth Morales Acosta

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato, a la Facultad de Ciencias Administrativas por permitirme formar parte de su prestigiosa institución, y a mi tutora Ing. María Dolores Guamán Guevara por brindarme los conocimientos necesarios para el desarrollo de este trabajo.

Paola Lizbeth Morales Acosta

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes Investigativos	1
1.2. Objetivos	3
1.2.1. Objetivo General	3
1.2.2. Objetivos Específicos.....	3
1.3. Problema.....	3
1.3.1. Contextualización del problema.....	3
1.4. Justificación.....	4
1.5. Marco teórico	8
1.5.1. Las TICS	8
1.5.3. Blogs empresariales o micro blogs	10
1.5.3.1. Twitter.....	11
1.5.4. Websites	11
1.5.4.1. YouTube	11
1.5.4.2. Instagram	12
1.5.5. Tipos de TICS	12
1.5.5.1. Redes.....	12
1.5.5.2. Terminales	13
1.5.5.3. Servicios en las TICS.....	13

1.5.4. Aplicaciones de las TICS.....	14
1.6. Gestión de la información.....	14
1.6.1. Gestión de la información financiera	15
1.6.2. Capacidades de gestión de información y de innovación tecnológica	16
1.6.3. Información financiera	17
1.6.4. Objetivos de la gestión de información financiera.....	17
1.6.5. Aportes de uso de la gestión de información financiera	18
1.6.5.1. Control de gestión.....	19
1.6.5.2. Mejor administración.....	19
1.6.5.3. Seguridad en el manejo de la información.....	19
1.6.6. Beneficios del uso de la gestión de información financiera.....	19
1.6.6.1. Optimización de tiempo.....	20
1.6.6.2. Clientes satisfechos.....	20
1.6.6.3. Coordinar el trabajo en equipo.....	20
CAPÍTULO II	22
METODOLOGÍA	22
2.1. Enfoque de la Investigación	22
2.1.1. Enfoque cuantitativo	22
2.2. Tipo o diseño de la Investigación.....	22
2.2.1. No experimental	22
2.3. Alcance de la investigación	23
2.3.1. Correlacional	23
2.3.2. Descriptivo	23
2.3. Modalidad de investigación.....	23
2.3.1. Bibliográfica – documental.....	23
2.3.2. De campo	24
2.5. Descripción de la población	24
2.5.1. Población y muestra.....	24
2.6. Técnicas.....	25
2.6.1. Encuesta.....	25
2.7. Instrumento.....	25
2.7.1. Cuestionario	25

2.8. Validación del instrumento	26
2.9. Planteamiento de hipótesis	27
CAPITULO III.....	28
RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	28
3.1. Análisis y discusión de los resultados obtenidos.....	28
3.2. Desarrollo de la hipótesis	64
3.2.1. Hipótesis	65
3.2.2. Comprobación de la hipótesis.....	65
3.3.3. Regla de decisión.....	67
CAPÍTULO IV	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
5.1. Conclusiones	68
5.2. Recomendaciones	69
REFERENCIAS Y ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Alfa de Cronbach	27
Tabla 2 Perfil sociodemográfico	28
Tabla 3 Uso de internet para desarrollar actividades laborales	29
Tabla 4 Uso de teléfonos inteligentes en horas laborales.....	30
Tabla 5 Uso las TICS y herramientas tecnológicas para capacitaciones.	31
Tabla 6 Uso de las TICS para mejorar el desempeño laboral.....	32
Tabla 7. ¿Su empresa maneja un sitio web?	33
Tabla 8 Redes sociales como facebook o WhatsApp.....	34
Tabla 9 Utiliza blogs empresariales o micro blogs (twitter)	35
Tabla 10 Webzites que comparten contenido multimedia (Youtube, Instagram).....	36
Tabla 11 Eficiencia para la toma de decisiones	37
Tabla 12 Brinda las herramientas adecuadas para la toma de decisiones.	38
Tabla 13 Permite mejorar la administración en el área financiera.	40
Tabla 14 Brinda seguridad en el manejo de la información y decisiones tomadas.....	41
Tabla 15 Facilita la comunicación directa con los clientes.....	42
Tabla 16 Permite comunicarse con los miembros de la organización de manera oportuna.	43
Tabla 17 Permite tomar decisiones coordinadas con el grupo de trabajo	44
Tabla 18 Gestión contable.....	45
Tabla 19 Control de personal	46
Tabla 20 Manejo de inventarios.....	47
Tabla 21 Ventas.....	48
Tabla 22 Elaboración de estados financieros.	49
Tabla 23 Puedo optimizar el tiempo en actividades designadas	50
Tabla 24 Puedo coordinar rápidamente con mi equipo de trabajo	51
Tabla 25 Mis clientes están satisfechos con el servicio ofrecido.....	53
Tabla 26 La utilización de las TICS mejora la competitividad del negocio	54
Tabla 27 Inexistencia de un presupuesto	55
Tabla 28 Inexistencia de planes de capacitación.....	56
Tabla 29 Fuentes de distracción	57

Tabla 30 <i>Requerimientos gubernamentales</i>	58
Tabla 31 <i>Modernización en procesos operativos y de gestión</i>	59
Tabla 32 <i>Contar con tecnología flexible y adaptable a las necesidades</i>	60
Tabla 33 <i>Tener acceso a la información del negocio</i>	61
Tabla 34 <i>Correlaciones</i>	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Aportes de uso</i>	18
Figura 2 <i>Beneficios de uso</i>	19
Figura 3 <i>Diseño del cuestionario</i>	25
Figura 4 <i>Dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	29
Figura 5 <i>Dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	31
Figura 6 <i>Dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	32
Figura 7 <i>Dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	33
Figura 8 <i>Dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	34
Figura 9 <i>Dimensión medios sociales</i>	35
Figura 10 <i>Dimensión medios sociales</i>	36
Figura 11 <i>Dimensión medios sociales</i>	37
Figura 12. <i>Dimensión - las TICS en los procesos financieros</i>	38
Figura 13 <i>Dimensión - las TICS en los procesos financieros</i>	39
Figura 14 <i>Dimensión - las TICS en los procesos financieros</i>	40
Figura 15 <i>Dimensión - las TICS en los procesos financieros</i>	41
Figura 16 <i>Dimensión – comunicación</i>	42
Figura 17 <i>Dimensión – comunicación</i>	43
Figura 18 <i>Dimensión – comunicación</i>	44
Figura 19 <i>Dimensión – uso de programas</i>	45
Figura 20 <i>Dimensión – uso de programas</i>	46
Figura 21 <i>Manejo de inventarios</i>	47
Figura 22 <i>Dimensión – uso de programas</i>	49
Figura 23 <i>Estados financieros</i>	50
Figura 24 <i>Dimensión – eficiencia</i>	51
Figura 25 <i>Dimensión – eficiencia</i>	52
Figura 26 <i>Dimensión – eficiencia</i>	53
Figura 27 <i>Dimensión – eficiencia</i>	54
Figura 28 <i>Dimensión – limitaciones</i>	55

Figura 29 <i>Dimensión – limitaciones</i>	56
Figura 30 <i>Dimensión – limitaciones</i>	57
Figura 31 <i>Dimensión – aplicación de las TICS</i>	58
Figura 32 <i>Dimensión – aplicación de las TICS</i>	60
Figura 33 <i>Dimensión – aplicación de las TICS</i>	61
Figura 34 <i>Dimensión – aplicación de las TICS</i>	62
Figura 35 <i>Caracterización de la dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	62
Figura 36 <i>Caracterización de la dimensión uso de herramientas tecnológicas</i>	63
Figura 37 <i>Caracterización de la dimensión las TICS en los procesos financieros</i>	61
Figura 38 <i>Caracterización de la dimensión comunicación</i>	61
Figura 39 <i>Caracterización de la dimensión uso de programas</i>	64
Figura 40 <i>Caracterización de la dimensión limitaciones</i>	65
Figura 41 <i>Caracterización de la dimensión aplicación de las TICS</i>	66

RESUMEN EJECUTIVO

El uso de las TICS en el sector financiero provee instrumentos, programas (Software) e infraestructura física necesaria para soportar dichas herramientas, agilizando y apoyando las actividades de gestión contable como el control de personal, la administración de inventarios, el registro de ventas y la elaboración de informes financieros. En consecuencia, cabe resaltar que el uso de herramientas tecnológicas va en aumento, puesto que se hace uso de computadores, aplicaciones y teléfono móviles, y ven en el internet una opción para dar a conocer sus productos.

El trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la incursión de las TICS y la gestión de la información financiera. Se realizó un proceso investigativo con diseño no experimental con un enfoque cuantitativo tipo de investigación descriptiva y correlacional. Para el enfoque cuantitativo se utilizó como técnica la encuesta escrita con el instrumento de cuestionario dirigido a los dueños de los establecimientos comerciales, el mismo estuvo estructurado de 8 dimensiones (uso de herramientas, medios sociales, comunicación, eficiencia, limitaciones, aplicación de las TICS, administración, uso de programas) con un total de 30 preguntas.

Los resultados indicaron una nula utilización de las TICS para la gestión de la información financiera, el 55 por ciento de los dueños nunca ha utilizado un programa/software para la gestión contable, principalmente por factores como inexistencia de presupuesto.

Finalmente, gracias a la prueba estadística de Rho de Spearman ejecutada para la comprobación de hipótesis se determina la relación de las variables: incursión de las TICS y la gestión de información financiera.

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN, INCURSIN, TICS, GESTIÓN DE INFORMACIÓN, PRODUCTIVIDAD, PRESUPUESTO.

ABSTRACT

The use of ICTs in the financial sector provides instruments, programs (Software) and physical infrastructure necessary to support said tools, streamlining and supporting accounting management activities such as personnel control, inventory management, sales registration and preparation of financial reports. Consequently, it should be noted that the use of technological tools is increasing, since computers, applications and mobile phones are used, and they see the internet as an option to publicize their products.

The research work aims to analyze the incursion of ICTs and the management of financial information. An investigative process with a non-experimental design was carried out with a quantitative approach, a descriptive and correlational type of research. For the quantitative approach, the written survey was used as a technique with the questionnaire instrument addressed to the owners of commercial establishments, it was structured into 8 dimensions (use of tools, social media, communication, efficiency, limitations, application of ICTs , administration, use of programs) with a total of 30 questions.

The results indicated a null use of ICTs for the management of financial information, 55 percent of the owners have never used a program/software for accounting management, mainly due to factors such as lack of budget.

Finally, thanks to the Rho Spearman statistical test executed to verify the hypothesis, the relationship of the variables is determined: the incursion of ICTs and the management of financial information.

KEYWORDS: INCURSION, ICT, INFORMATION MANAGEMENT, PRODUCTIVITY, BUDGET.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes Investigativos

Olivar y Daza (2019), en su estudio *“Intercambio de conocimientos y capacidades de innovación tecnológica de las pymes chinas de software”* tuvo como objetivo investigar cómo el intercambio de conocimientos influye en la capacidad de innovación tecnológica (TICS) de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) de software. El estudio se centra en las PYMEs de China que recopilan 457 cuestionarios en línea y utiliza un modelo de ecuación estructural para probar las hipótesis.

Se halló que la cultura de intercambio de conocimientos, la estructura organizativa, el liderazgo de nivel medio y el sistema de gestión tienen efectos significativamente positivos en el intercambio de conocimientos tácitos; el sistema de gestión y el soporte de TI tienen efectos significativamente positivos en el intercambio de conocimientos explícitos; tanto el intercambio de conocimientos explícitos como los tácitos tienen efectos significativamente positivos en las TICS.

Una investigación titulada *“Muchos ríos por cruzar: de las TICS a los sistemas de gestión del conocimiento”* realizada por Molano (2020), manifiesta que varias aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) han ganado una popularidad considerable como instrumentos para la gestión del conocimiento. Algunos autores incluso parecen equiparar la gestión del conocimiento con la introducción de aplicaciones TICS específicas (intranets, groupware, etc.). Sin embargo, la relación entre TICS y conocimiento no es menos problemática.

El conocimiento organizacional y las TICS se refieren a distintos conjuntos de concepciones y establecer su relación está lejos de ser trivial. La pregunta entonces es cómo evaluar la relación entre las TICS y la gestión del conocimiento. En la literatura se han identificado varias variables que se deben considerar al responder esta pregunta: el papel habilitador de las TICS para los procesos de conocimiento, el estado de la

infraestructura de las TICS, el nivel de conocimiento requerido para usar las TICS, otras consideraciones del usuario, etc.

Curma y Lopez (2022), en su estudio titulado ‘*El impacto de la gestión del conocimiento en el crecimiento y la rentabilidad de las pymes: un estudio de modelado de ecuaciones estructurales*’, el propósito del estudio fue aclarar la importancia de diferentes determinantes de la gestión del conocimiento con el fin de investigar su influencia en el desempeño de la empresa. El análisis empírico estima las relaciones en el modelo estructural de la influencia de la gestión del conocimiento en el desempeño, utiliza datos recopilados a través de cuestionarios, llenados por 168 empresas.

Los hallazgos indican que todas las dimensiones están interrelacionadas y son importantes para el desempeño de la empresa. Sin embargo, la gestión del conocimiento representa un factor fuerte para el desempeño de la empresa en el modelo propuesto. El documento incluye un enfoque para determinar las medidas de gestión del conocimiento. No es solo una reflexión teórica, sino que también describe el desarrollo del modelo empírico de gestión del conocimiento para las empresas.

En una investigación titulada ‘*Adopción y uso de las TICS en las pymes del Reino Unido: ¿un fracaso de las iniciativas?*’ realizada por Cho et al. (2018), tuvo como objetivo construir una instantánea del estado actual del uso de la tecnología de la información y las comunicaciones (TICS) por parte de las PYME en sectores económicamente significativos en esta región. Los sectores elegidos fueron los siguientes: procesamiento de alimentos, transporte y logística, medios de comunicación y servicios de Internet. Más específicamente, la encuesta pretendía responder a las siguientes preguntas: qué tipos de TICS utilizan las PYME en esta región, qué impide y facilita la adopción y el uso de las TICS entre estas empresas, y dónde obtienen las PYME información sobre cuestiones relacionadas con las TICS.

Sin embargo, esta adopción y uso de las TICS se centra en cuestiones operativas con pocas extensiones en el uso estratégico potencial de dichas tecnologías en sus entornos comerciales. Los propietarios/gerentes de las pymes perciben que las TICS suelen ser

costosas y complejas y desconfían de las organizaciones de consultores y proveedores. También se descubrió, algo sorprendentemente, que las PYME desconocen en gran medida los instrumentos políticos existentes a nivel regional, nacional y europeo, diseñados para ayudarlas en su adopción y uso de las TICS.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Analizar la incursión de las TICS y la gestión de la información financiera en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato

1.2.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los fundamentos de las TICS y la gestión de la información financiera.
- Caracterizar las principales herramientas TICS que se utilizan en la gestión de la información financiera.
- Relacionar la incursión de las TICS y la gestión de la información financiera.

1.3. Problema

1.3.1. Contextualización del problema

Debido al auge tecnológico masivo, es importante acceder a la información de manera rápida, eficiente y segura (Bermeo et al., 2020). Por ello, millones de personas utilizan Internet como herramienta para solucionar este problema y qué mejor que un portal al que se puede acceder desde cualquier parte del mundo. Algunas empresas comerciales en Tungurahua no cuentan con un portal en línea que les permita actualizar continuamente sus datos y entregar los servicios que brindan, lo que les resulta contraproducente.

El uso de la tecnología de la información en los negocios ha tenido un gran impacto en la sociedad y plantea cuestiones éticas en las áreas de delincuencia, privacidad, identidad,

empleo, salud y condiciones de trabajo (Espinoza, 2022). La tecnología de la información tiene efectos tanto positivos como negativos en las personas. Por ejemplo, la informatización del proceso de producción tiene un efecto positivo en la mejora de las condiciones de trabajo y la producción de productos de mayor calidad a un menor costo, pero al mismo tiempo tiene un impacto negativo en la eliminación de puestos de trabajo.

La incursión de las tecnologías de información y la gestión de la información financiera en los establecimientos comerciales ha constituido un frecuente problema (Curma y Lopez, 2022), porque , han suscitado mayores riesgos como contactos no deseados, algunos accesos a contenidos perjudiciales, la seguridad de la empresa corre peligro de ser hackeada y el acoso. Cabe señalar que el uso de herramientas tecnológicas va en aumento puesto que la mayoría de los establecimientos comerciales utilizan computadoras, aplicaciones y teléfonos móviles, y ven en Internet una oportunidad para publicitar sus productos e interactuar entre sí para trabajar con los clientes.

El impacto de la tecnología en la gestión de la información en las organizaciones está íntimamente relacionado con la competitividad y la productividad. Olivar y Daza (2019), manifiestan que la introducción de las herramientas informáticas es imprescindible. En relación con las empresas y microempresas de la ciudad de Ambato en los últimos 3 años se ha evidenciado que el 73% de ellas solo utilizan el internet como medio para gestionar su información. Mientras que el 91% tiene una baja concienciación sobre la ciberseguridad. De igual manera, solo el 3% de todos los negocios de la ciudad cuentan con realidad aumentada y virtual las cuales han logrado un progreso significativo en el desarrollo de las TICS.

1.4. Justificación

El internet y avances tecnológicos han facilitado y acelerado el intercambio de información en tiempo real, lo cual permite mejoras en casi todas las empresas e industrias (Hernández et al., 2017). Bajo este enfoque, dentro de sociedad actual se prioriza la información como un capital muy importante de las empresas e inclusive de la humanidad.

En este campo, las herramientas TICS (tecnologías de la información y las comunicaciones) son una forma modernizada de la tecnología de la información (TI), que han involucrado a la comunicación, la integración de las telecomunicaciones, las computadoras, el software empresarial, el almacenamiento, el audiovisual, que da acceso a los usuarios para almacenar, transmitir y manipular la información, han evolucionado enormemente la forma de ejecutar los diferentes procesos dentro de la empresa, considerándose casi esenciales para las empresas y para la vida moderna (Cho et al., 2018).

En este sentido, hoy en día varias empresas con visión y enfocadas a los cambios de paradigmas han reconocido el poder de estas herramientas tecnológicas para transformación de sus organizaciones, los procesos dentro de la empresa y crear nuevas oportunidades, pues en la actualidad muchos mercados globales incursionan rápidamente sin fronteras (Curma y Lopez, 2022).

El aumento de la competencia ha obligado a las empresas a encontrar fuentes de ventajas competitivas y fortalecer su competitividad. Por lo tanto, en los últimos años, la aplicación de las TICS, se ha vuelto indispensable para que las empresas sobrevivan y prosperen. El comercio electrónico tiene la capacidad de reducir el costo de las operaciones y maximizar los ingresos. Por lo tanto, puede ser aplicable y utilizable en la producción de bienes y servicios. Esto permite a las empresas acelerar el proceso de toma de decisiones y responder más rápido a los cambios del mercado (Olivar y Daza, 2019).

Las TICS permiten a los establecimientos comerciales gestionar mejor sus procesos comerciales a través de modelos comerciales nuevos y mejorados y aumentar la interacción de sus actividades de divulgación con la cadena de suministro y las actividades de divulgación (Bermeo et al., 2020). La tendencia de los negocios cambió, la capacidad de la empresa moderna para competir se basa en gran medida en el software de aplicación y la plataforma de TICS. Estas prácticas han mejorado el acceso al mercado al facilitar la comunicación con los clientes, el posicionamiento competitivo, permitir la adquisición de información y la producción de productos de calidad.

También hay que acotar que las empresas hoy en día buscan estrategias para reducir costos, mejorar el servicio y lograr efectividad y mediante las herramientas de información adecuadas, los gerentes, empleados y clientes pueden responder rápidamente a los cambios del mercado y controlar el costo del riesgo (Franco y Cedeño, 2022). En este sentido, la información generada partir del uso de las TICS también pueden convertirse en un importante capital intelectual constituido por conocimientos o ideas que poseen los miembros de la empresa y que pueden ser puestos en práctica para contribuir a darle ventajas competitivas dentro del mercado en que se desenvuelve.

En torno a las ideas anteriores, los desarrolladores de software al darse cuenta de este papel vital que desempeña las tecnologías de la información en los diferentes procesos de las empresas se han embarcado en la producción de programas aplicables a distintas áreas de las empresas, para facilitar las operaciones, especialmente en su deber de personal y reducir los costos de operación, una medida que ha generado numerosos beneficios para las organizaciones (Curma y Lopez, 2022).

Ante las ideas expuestas, no hay duda de que la tecnología puede ayudar a las organizaciones a ser más efectivas y eficientes. En el Ecuador la innovación, la demanda por la eficiencia en las actividades económicas, sumado a crisis económicas y sanitarias, por ejemplo, la pandemia del COVID 19, ha logrado impulsar el desarrollo de una diversidad de software y herramientas en gestión de la información (Espinoza, 2022). En el país la inversión en TICS, especialmente en los negocios, son de gran interés para los empresarios, el sector industrial y el mundo académico, sobre todo el uso de la tecnología se encuentra como base para un mejor desarrollo empresarial a través de la implementación de procesos para optimizar recursos y reducir costos para aumentar la productividad.

Por lo tanto, el sector empresarial ecuatoriano ha implementado el uso de las TICS como un componente esencial en el apoyo de la generación de información, usos de servicios y dispositivos de comunicación, y en la actualidad se consideran herramientas indispensables para la gestión y toma de decisiones.

Como se mencionó anteriormente, en una economía cada vez más competitiva, las exigencias del mercado obligan a las empresas a actualizarse e invertir en información para reestructurar internamente su trabajo y acercar a los consumidores. La realidad ecuatoriana, no ha escapado a esta tendencia, aún frente a los desafíos de la pandemia del COVID-19, ha obligado a las empresas a recurrir a mayores y novedosos TICS para mantenerse competitivos dentro del mercado y sobre todo sobrevivir a las restricciones de movilidad humana (Curma y Lopez, 2022).

En la actualidad y por efectos de la pandemia, el comercio electrónico se ha convertido en uno de los medios más importantes de publicidad y comercialización de los productos y/o servicios que ofrecen las empresas. En el 2020 movió alrededor de 2.300 millones de dólares, 700 millones más que durante el 2019 (Astudillo, 2021). En el ámbito laboral, la pandemia ha provocado varios cambios, donde la tecnología se volvió indispensable para llevar a cabo estos procesos. Esto se ha demostrado en Ecuador, donde distintas empresas y organizaciones tuvieron adoptar varias herramientas tecnológicas de manera obligatoria a causa de las restricciones de la pandemia (Serrano, 2022).

En este proceso los sectores económicos de servicios y comercio debido a modelo de negocios tuvieron que hacer cambios drásticos y disruptivos para adaptarse a la situación económica y sanitaria del país, pues según Buenaño y otros (2021), estos sectores son los más grandes de la economía ecuatoriana. Bajo estas consideraciones, el estudio de la incursión de las Tecnologías de la Información y comunicación (TICS) en el contexto organizacional de las empresas del sector comercio de la ciudad de Ambato.

La elección de la ciudad y sector también se justifica porque en Ambato, las principales actividades económicas son manufactura, seguida del comercio, transporte, información y comunicaciones y actividades profesionales e inmobiliarias. Asimismo, en esta zona geográfica se aglomera una gran cantidad de industrias del país (Valle, Sánchez, Vayas, Mayorga y Freire, 2021).

El uso de las TICS permite a la empresa mejorar sus procesos internos, competencias básicas, mercados relevantes y estructura organizativa en su conjunto. Esto redundará en

una mayor eficiencia y eficacia de los recursos humanos. Por lo tanto, utilizar las TICS para la gestión de la información puede aumentar la eficiencia de la organización. Aunque muchas organizaciones han adoptado recientemente tecnologías móviles de información y comunicación (TICS), como teléfonos inteligentes, tabletas, software, hardware, etc., para apoyar las actividades de gestión de proyectos, no ha quedado claro qué impulsa la adopción de las TICS móviles y qué tipos de beneficios reales proporciona el uso de las TICS móviles en el contexto de la gestión de la información.

El estudio se considera factible, pues se cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo esta investigación, al iniciar con el planteamiento de la temática, y pasar por el levantamiento de información primaria, hasta finalizar con las respectivas conclusiones, entorno al análisis y tratamiento de la información recogida. Además, hay que constatar que el sector comercio de Ambato es bastante amplio, por lo que se puede contar con una muestra significativa de individuos sujetos a análisis, y así brinda unos resultados más apegados a la realidad de la población total de firmas.

Para finalizar, a través de la realización del estudio se podrá determinar con lujo de detalles el papel que juega las TICS en el contexto organizacional del sector comercial. Además, brindara las pautas necesarias acerca de la correcta aplicación de las tecnologías de la información en una organización. Por otro lado, servirá como punto de partida a futuras investigaciones de la misma índole, donde este estudio se pueda replicar y trasladar hacia otros sectores económicos.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Las TICS

El término Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) es una expresión amplia y comprensiva, dado que, no se limita únicamente a las computadoras o Internet. Las opiniones de que las TICS son los pilares fundamentales de la sociedad actual (Adeleke et al.,2017).

La tecnología y las organizaciones son necesarias para mejorar la percepción de los clientes, usuarios, propietarios, el personal, competidores, y procesos necesarios e implementa sistemas a través de una Organización colectiva de medios económicos y recursos monetarios (Agu, 2022).

La tecnología de la información incluye todo tipo de dispositivos (hardware informático) o métodos de recepción, procesamiento y presentación de datos utilizados por la empresa de procesamiento de información, también indica la necesidad de procesar la información de manera adecuada. Entre los beneficios específicos generados por las TICS están el aumento de la productividad mediante la mejora de los procesos, la creación de valor para los clientes y empleados de la organización y la creación de una ventaja competitiva (Franco y Cedeño, 2022).

Proponer el uso de la tecnología como elemento clave en la estrategia de las pequeñas y medianas empresas (Franco y Cedeño, 2022). La utilización de las TICS se esforzará por lograr mejoras significativas a medida que las organizaciones y los procesos operativos, brinden la base de información necesaria para la toma de decisiones y, lo que es más importante, su implementación le permite obtener o reducir una ventaja competitiva y medios colectivos para recopilar, almacenar, transmitir, procesar y recuperar electrónicamente palabras, números, imágenes y sonidos, así como medios electrónicos.

1.5.2. Medios sociales

1.5.2.1. Redes sociales

Una red social es una plataforma digital creada por una comunidad de personas con intereses, actividades o relaciones similares (por ejemplo, amistad, parentesco, trabajo) (Harguem et al., 2022). Las redes sociales permiten la comunicación entre personas y sirven como medio de comunicación e intercambio de información (Castaño et al., 2020). Las personas no tienen que conocerse antes de poder conectarse a través de las redes sociales, pero pueden hacerlo a través de las redes y esa es una de las mejores cosas de las comunidades virtuales.

1.5.2.1.1. Facebook

Una página de negocios de Facebook es un perfil público en el sitio de redes sociales de negocios (Nwangwu et al., 2022). Al igual que una cuenta personal de Facebook, estas páginas comerciales le permiten establecer conexiones en línea. Las marcas usan sus páginas de facebook para promocionar productos y servicios con enlaces, actualizaciones de estado, fotos y videos (Chávez y Vallejos, 2018).

1.5.2.1.2. WhatsApp

WhatsApp Business es una aplicación gratuita para Android y iPhone diseñada específicamente para pequeñas y medianas empresas. WhatsApp Business simplifica las interacciones con los clientes con herramientas que automatizan, organizan y responden a los mensajes rápidamente (Harguem et al., 2022). Está diseñado y funciona de manera similar a WhatsApp Messenger. Puede usarlo para hacer todo lo que hace normalmente, como enviar mensajes y fotos (Victor et al., 2015).

1.5.3. Blogs empresariales o micro blogs

Un blog de empresa es un sitio web que consta de artículos creados por una empresa, marca u organización (Fitrios et al., 2022). Estos últimos se publican con mayor o menor frecuencia y sirven para proporcionar a los usuarios y público objetivo información relevante, útil o interesante sobre un tema en particular (Harguem et al., 2022). Un blog

de empresa es una herramienta de comunicación empresarial que informa a los usuarios sobre temas de la industria.

Es una forma en línea de informar a los usuarios y clientes potenciales sobre temas que les interesan en su industria (Hauswald y Marquez, 2020). En otras palabras, es otro canal de comunicación donde puedes contarle a la comunidad todo lo que sabes sobre tu industria. Además, un blog de negocios es definitivamente una gran herramienta para posicionar su sitio web a los ojos de los motores de búsqueda más grandes (Njonde y Kimanzi, 2019). Cuanto más a menudo lo actualice con contenido relevante (si no, es mejor no actualizarlo), más será apreciado por los navegadores, más tiempo permanecerán en su sitio y la página siguiente será mejor recibida.

1.5.3.1. Twitter

Twitter es una red social gratuita que te permite escribir mensajes de forma rápida y sencilla. Cualquiera puede crear una cuenta o perfil para compartir sus opiniones (Kingsley, 2017), intereses e inquietudes, y estar al tanto de lo que pasa en el mundo, porque la característica principal de Twitter es que allí se puede encontrar información en tiempo real.

1.5.4. Websites

El website representa a una empresa u organización en particular de alguna manera (Latar et al., 2020). El sitio web de la empresa está dedicado a promover los mismos valores de la empresa en un entorno en línea y se basa principalmente en que los usuarios conozcan mejor a su equipo y servicios. En general, se puede decir que un sitio web comercial es la parte más básica que necesita una empresa para comenzar su aventura con Internet (Pandey y Mishra, 2022). Después de esto, es posible que se requieran otros tipos de marketing en línea para mejorar la visibilidad y las ventas, pero esa es la base de cualquier empresa comercial digital.

1.5.4.1. YouTube

YouTube for Business es una plataforma de comunicación que puede llegar a una audiencia más allá de la imaginación y ayudarlo a mejorar el rendimiento de su sitio web

(Njonde y Kimanzi, 2019). Se utiliza para diseñar su marca para que pueda exhibir los productos, las imágenes y la personalidad que definen a su empresa (Fitrios et al., 2022).

1.5.4.2. Instagram

Instagram for Business tiene la capacidad de promocionar publicaciones por audiencia específica e intención de visualización (Pandey y Mishra, 2022). Muestra estadísticas de rendimiento de publicaciones e incluye categorías comerciales. También contiene información sobre los suscriptores y le permite agregar detalles de contacto (Castaño et al., 2020). Por lo tanto, funciona con fines de marketing empresarial, lo que no se puede hacer con perfiles personales, porque solo tiene fines de entretenimiento y no tiene opciones de administración avanzadas. Luego, le mostraremos cómo abrir una cuenta de Instagram para empresas. Mientras tanto, familiarícese con los beneficios de este tipo de cuenta.

1.5.5. Tipos de TICS

1.5.5.1. Redes

El TICS y las redes informáticas son un conjunto de aparatos electrónicos y servicios anexos que giran principalmente en torno al ordenador personal, en vista de que incluye la comunicación entre ordenadores y los servicios que dichas redes de intercomunicación precisan (Latar et al., 2020). Se ha concluido como redes fundamentales a los ordenadores PCs, portátiles o terminales de un gran ordenado.

1.5.5.1.1. Banda ancha

El acceso a Internet de banda ancha o de alta velocidad permite a los usuarios acceder a Internet y servicios relacionados a velocidades mucho más rápidas que las disponibles a través de servicios de acceso telefónico (Latar et al., 2020). Las velocidades de banda ancha variarán considerablemente según la tecnología y el nivel de servicio contratado. Los servicios de banda ancha para el hogar ofrecen velocidades de descarga más rápidas (internet a PC) que velocidades de descarga (PC a Internet) (Valencia y Narváez, 2021).

1.5.5.2. Terminales

Una terminal es el extremo de un cable que hace contacto con otro componente eléctrico, el cual proporciona un punto de conexión entre dos circuitos (Chávez y Vallejos, 2018). Este terminal puede ser un terminal de cable o también puede estar equipado con un conector. Son varios los dispositivos o terminales que forman parte de las TICS (Fitrios et al., 2022). Es una computadora, un navegador web, un sistema operativo de computadora, un teléfono móvil, un televisor, un reproductor portátil de audio y video o una consola de juegos.

1.5.5.2.1. Ordenadores o Pc

Las TICS son el conjunto de recursos necesarios para manipular información: computadoras, software y redes necesarias para transformar, almacenar, administrar, transmitir y recuperar información (Adeola y Ishola, 2022).

1.5.5.2.2. Teléfonos celulares

Los teléfonos móviles nos brindan una comunicación más rápida, económica, eficiente y confiable entre dos o más personas en ubicaciones remotas y más (Akuntansi y Akuntansi, 2022). Las personas pueden comunicarse entre sí sin importar en qué parte del mundo se encuentre. La información que se encuentra en los teléfonos móviles puede llevar a los usuarios a abrir sus computadoras portátiles en casa para obtener más información, explica un informe reciente de Pew Internet y American Life Project.

1.5.5.3. Servicios en las TICS

Los servicios de TI son un conjunto de actividades que tienen como objetivo satisfacer las necesidades del cliente, cambia el estado de los activos informáticos (llamémoslos activos) (Gyaase et al., 2020), aumenta su valor y reduce el riesgo del sistema de capital presente en el sistema. Pues se ocupan de todo lo relacionado con la estructura informática de las empresas. Una organización de subcontratación informática contará con profesionales calificados para brindar soporte técnico a nivel de hardware y software de la infraestructura de las tecnologías de la información (Bambale, 2020).

1.5.5.3.1. Correo electrónico

El correo electrónico es actualmente el servicio TICS más utilizado porque proporciona una comunicación eficiente, barata y rápida (Batmetan, 2022). La mayoría de los servicios de Internet requieren el correo electrónico como medio de comunicación e identidad digital. Pues es una herramienta de comunicación asíncrona (emisor y receptor no se comunican en tiempo real) que te permite enviar mensajes y documentos a los participantes del curso. Estos mensajes se pueden leer en cualquier programa de correo electrónico.

1.5.4. Aplicaciones de las TICS

Las aplicaciones de las TICS son herramientas tecnológicas que permiten la accesibilidad y la inclusión digital a diferentes tipos de usuarios, para su empleo en ordenadores, tabletas, PDIs, PDAs, smartphone y otras tecnologías de última generación (Gyaase et al., 2020). Algunas de los aplicativos que se utilizan diariamente son los word wide web, buscadores en línea, correo electrónico, foros de discusión, redes sociales, video conferencias, mensajerías instantáneas, etc (Castaño et al., 2020).

1.6. Gestión de la información

La gestión de información como un proceso específico y sistemático de una organización, cuyo propósito es adquirir, organizar y comunicar el conocimiento tanto explícito como implícito de los empleados, para que los demás puedan utilizarlo y así trabajar de manera eficiente y productiva (Nwangwu et al., 2022).

Por otro lado, Pandey y Mishra (2022) señalan que a través del proceso de gestión de información se distribuye en toda la empresa e involucra a las personas y la tecnología una vez que se generan, reconocen o adquieren. La estrategia de intercambio de conocimientos es un ingrediente crucial de los programas de gestión del conocimiento tanto a nivel organizacional como individual. De hecho, las estrategias y los objetivos de intercambio de conocimientos solo se contemplan débilmente en la estrategia comercial general, principalmente porque medir su valor es un desafío. No obstante, especialmente

en las organizaciones basadas en el conocimiento, los activos intangibles sirven como fuente de ventaja competitiva.

La gestión de información recopila comentarios de diferentes organizaciones, personas y lugares. Tiene actividades como entradas, procesos y salidas que requieren retroalimentación y son importantes porque respaldan la toma de decisiones estratégicas, la toma de decisiones y la innovación de productos (Victor et al.,2015) .

Es destacable que la tecnología ha sido permeada e influenciada positivamente por las organizaciones, pues ha permitido el desarrollo de estrategias de ventaja competitiva e innovación en un mundo cambiante, con procesos, estructura organizacional, políticas y cultura debidamente implementados de acuerdo con las decisiones, como, así como resolver problemas complejos y crear productos innovadores. Esto significa identificar las necesidades de conocimiento actuales y futuras de una organización, cerrar las brechas y aplicar ese conocimiento de manera efectiva y eficiente para mantenerse en el negocio, mantener los empleos y fortalecer la economía de las comunidades en las que opera la organización.

1.6.1. Gestión de la información financiera

La gestión de información financiera es una herramienta modular automatizada que funge como un instrumento que facilita el cumplimiento de los procesos de administración financiera (Hauswald y Marquez, 2020).

Pandey y Mishra (2022) mencionan que la gestión de información financiera es simplemente el resultado y reflejo fiel de los procesos de gobierno implementados en las empresas, por lo que la relación entre gobierno e información financiera es fundamental para la mejora de la continuidad del proceso de toma de decisiones. La contabilidad de gestión como parte de la contabilidad de gestión es una herramienta fundamental para el desarrollo efectivo de los negocios en los procedimientos y métodos contables, que conducen a la adquisición de información financiera honesta y confiable.

Fitrios et al., (2022) expresan que los diversos procedimientos contables que tienen lugar a diario en una empresa son técnicamente exigentes y se registran de acuerdo con muchos

principios de contabilidad generalmente aceptados y van acompañados de criterios contables razonables para clasificar las cuentas relacionadas al clasificarlas de acuerdo con ciertas variables. Los procedimientos contables asociados a las buenas prácticas contables asociadas a Normas Contables y Principios Generales de Contabilidad ayudan a mejorar la eficiencia económica de la Compañía en sus operaciones corrientes, lo cual evita errores contables que puedan falsear la información financiera.

La gestión de información financiera se dedica al análisis, acciones relacionadas, decisiones que involucran los recursos financieros que se necesita en el desarrollo de actividades una empresa a corto, mediano o largo plazo, por lo cual la función financiera a través del planteamiento de necesidades, descripción de recursos disponibles y previsión de los recursos.

1.6.2. Capacidades de gestión de información y de innovación tecnológica

La innovación es un factor clave para la supervivencia organizacional. Las empresas deben innovar para hacer frente a la incertidumbre ambiental, y sus capacidades de innovación juegan un papel clave en la mejora del desempeño de la innovación. En particular, una empresa con capacidad de innovación mejorada aplica un proceso de aprendizaje práctico, lo que aumenta los obstáculos para los competidores en la adquisición de conocimientos y la imitación de resultados (Nwangwu et al., 2022).

Bermeo et al. (2020) manifiestan que muchos estudios destacan la relación entre las capacidades de innovación y el intercambio de conocimientos. Esta importancia se otorga porque el conocimiento acumulado representa un factor crucial en la realización exitosa de proyectos, particularmente para las empresas que operan en sectores intensivos en innovación basados en el conocimiento. La creación de nuevas ideas y la mejora de la producción de la empresa debido a una mejor capacidad de absorción influyen positivamente en el rendimiento y la producción de la innovación.

Una empresa con un sistema de conocimiento eficiente para recopilar y compartir información mantiene una ventaja competitiva potencial porque es más probable que sea distintiva e inimitable y, en consecuencia, puede mantener altos estándares de capacidad

de innovación empresarial. Este estudio, a diferencia de investigaciones anteriores que centraron su atención en las grandes empresas o el conocimiento como una sola categoría, investiga el impacto del conocimiento tanto explícito como tácito en las capacidades de innovación tecnológica.

1.6.3. Información financiera

Los estados financieros deben ser una herramienta de información financiera útil dentro de una empresa, para mejorar la toma de decisiones de la organización. Esta información financiera debe servir para tomar decisiones de inversión y financiamiento, para así evaluar los recursos de gestión administrativa (Fitrios et al., 2022).

Nwangwu et al., (2022) mencionan que el advenimiento de la era de los grandes datos, parte de la información financiera de las empresas ha sufrido grandes cambios, especialmente los tipos y la información de los datos financieros han sufrido grandes cambios. En el proceso del trabajo de contabilidad financiera tradicional, solo se analizan los fondos internos de la empresa, pero en el contexto de la era de los grandes datos, es necesario procesar la información recopilada.

La información financiera es uno de los mejores apoyos para llevar a cabo la toma de decisiones de las empresas. Pues, es necesario recordar que una mejor calidad de la información equivale a una mayor probabilidad de éxito de decisiones (Pandey y Mishra, 2022).

Se entiende como información financiera al conjunto de datos que son presentados de manera sistemática y ordenada con una magnitud medida y expresada en términos de dinero, estas describen la situación financiera, los resultados de las operaciones realizadas entre otros aspectos que están relacionados con la obtención y la utilización de dinero.

1.6.4. Objetivos de la gestión de información financiera

Los estados financieros deben:

- Informar sobre la situación financiera

- Informar sobre los resultados de operaciones de la empresa en una fecha determinada.
- Sirve para tomar decisiones de inversión y financiamiento.
- Evalúa los orígenes de los recursos
- Evalúa la gestión de la administración

1.6.5. Aportes de uso de la gestión de información financiera

Figura 1

Aportes de uso



Nota: aportes de la gestión financiera.

Eficiencia para la toma de decisiones

Según Latar et al., (2020), son principios rectores que seguimos al elegir las acciones correctas para alcanzar las metas establecidas por la organización, y son el punto de partida para dar forma a la política organizacional. Cuanto más consistentes sean las decisiones operativas y más respalden la estrategia comercial, más exitosa será la organización.

Las decisiones operativas involucran la compra de bienes para los clientes o materias primas para la producción. La producción se suma con materias primas, mano de obra y otros costos indirectos para satisfacer la demanda de los clientes. El marketing supervisa la distribución y las ventas, así como el servicio al cliente. Administración, tratamiento de

datos, gestión de personal, servicios jurídicos y otros soportes técnicos. Investigación y desarrollo, obtener nuevos conocimientos (Gyaase et al., 2020).

1.6.5.1. Control de gestión

Control de gestión (toma de decisiones) definen un sistema de control de gestión como un sistema de información de gestión que proporciona información económica relevante a la gestión a través del proceso contable (Nwangwu et al., 2022). Su uso puede contribuir significativamente a la facilitación y agilización de las decisiones empresariales. El sistema de gestión ayuda a evaluar la contribución económica de las diversas actividades que realiza la empresa y así facilita la toma de decisiones para mejorar la contribución.

1.6.5.2. Mejor administración

Para lograr una gestión financiera eficaz, todos los departamentos de la empresa deben utilizar y proporcionar datos que permitan un conocimiento profundo del negocio (Bambale, 2020). Una de las funciones del CFO es analizarlos y convertirlos en información útil para que los diferentes departamentos de la empresa puedan evaluar su desempeño frente a lo previsto y en base a ello tomar decisiones para ajustar o mejorar los objetivos del CFO como estrategias de la empresa.

1.6.5.3. Seguridad en el manejo de la información

Es necesario conocer las disposiciones legales a las que la organización está obligada a cumplir y obtener los requisitos de seguridad necesarios para cumplir con las mismas (Castrellón et al., 2021) y a partir de estos requisitos legales determinar los controles y medidas necesarios que se determinan mediante el análisis de riesgos, puesto que , utiliza estándares de seguridad. Con base en los controles definidos, se deben crear reglas, estándares y procedimientos para aplicar los controles.

1.6.6. Beneficios del uso de la gestión de información financiera

Figura 2

Beneficios de uso

Optimización de tiempo

Cientes satisfechos

Coordinar el trabajo en equipo

Nota: Beneficios uso de las TICS

1.6.6.1. Optimización de tiempo

Optimizar el tiempo en la empresa permite minimizar recursos como tiempo, finanzas, mano de obra o personal en la organización, lo cual permite un uso eficiente de estos recursos y datos; con el fin de mejorar aún más la eficiencia y estabilidad de las empresas, concretar la optimización del flujo de información en el ámbito de la gestión financiera (Reyes et al., 2021). La teoría clásica de optimización o programación matemáticas se define como un conjunto de métodos y resultados analíticos y numéricos que tienen como objetivo encontrar e identificar el mejor candidato de un conjunto de alternativas sin tener que enumerar y evaluar explícitamente todas estas alternativas.

1.6.6.2. Clientes satisfechos

La gestión del servicio al cliente es un proceso que incluye un conjunto de tácticas y estrategias centradas en el soporte, la resolución de problemas y la fidelización de los usuarios (Suárez et al., 2022). El servicio al cliente a menudo se considera como algo que sucede cada que una persona se comunica con una empresa por un problema, pero eso es solo una parte de la historia. La gestión eficaz del servicio al cliente optimiza los canales de comunicación para brindar a los usuarios información útil para su beneficio. Además, también consigue captar clientes potenciales a través de publicidad y críticas positivas.

1.6.6.3. Coordinar el trabajo en equipo

La gestión de información financiera ha ayudado a la coordinación en quipos de trabajo, puesto que ha implicado implementar estrategias y patrones de comportamiento dirigido

a integrar acciones, conocimientos y objetivos de miembros independientes con el objetivo de alcanzar unas metas en común (Treem et al., 2020)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de la Investigación

2.1.1. Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo es una estrategia de investigación que se basa en la estructuración, recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes (Márquez et al., 2020). Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación. También se usa para comprender frecuencias, patrones, promedios, correlaciones, entender relaciones de causa y efecto, hacer generalizaciones y probar o confirmar teorías, hipótesis o suposiciones mediante el análisis estadístico, de esta manera, los resultados se expresan en número o gráficos.

El enfoque en el estudio fue cuantitativo porque explora el nivel de participación de las TICS y la gestión de información financiera en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

2.2. Tipo o diseño de la Investigación

2.2.1. No experimental

El diseño no empírico como variables encargadas de encontrar resultados para otros. Naturalmente relacionados con la observación de cada fenómeno y la obtención de respuestas a partir de análisis relacionados con el objeto de investigación que se estudia, desarrollados en la investigación cuantitativa. (Bruhn, K., 2018)

Por lo tanto, el diseño de la investigación más adecuado para el proyecto es un diseño no experimental por su análisis de variables y objetivos de investigación es un estudio que se enfocó en la realidad existente de los establecimientos, es decir no existió control directo de las variables.

2.3. Alcance de la investigación

2.3.1. Correlacional

La investigación correlacional utilizada en el trabajo es no experimental, dado que miden dos variables y establecen una idoneidad estadística entre las mismas, sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones (Mendoza y Ramírez, 2020). Por ello, este alcance mide el grado de relación existente entre dos o más variables el cual busca cuantificar y analizar su vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a pruebas.

2.3.2. Descriptivo

La investigación descriptiva implica la utilización y el análisis de datos numéricos utiliza técnicas estadísticas específicas para la explicación de un problema o fenómeno mediante la recopilación de datos en forma numérica y el análisis con la ayuda de métodos matemáticos; en particular la estadística (Márquez et al., 2020). Este alcance descriptivo se refiere al diseño de la investigación, la creación del cuestionario y el análisis de datos que se llevarán a cabo sobre la incursión de las TICS en la gestión de información financiera.

Por lo tanto, este método será útil para resumir información diversa y facilitar las comparaciones entre diferentes años, dado que, utiliza proporciones, gráficos estadísticos y tablas para un análisis posterior, el cual incluye medidas de tendencia central y de dispersión.

2.3. Modalidad de investigación

2.3.1. Bibliográfica – documental

Esta etapa de la investigación científica donde se explora la producción de la comunidad académica sobre un tema determinado (Mendoza y Ramírez, 2020). Supone un conjunto de actividades encaminadas a localizar documentos relacionados con un tema o un autor concreto. El objetivo es procesar los escritos principales de un tema particular.

En esta investigación puede incluir recursos tradicionales, como libros, revistas, diarios, periódicos e informes, pero también pueden consistir en medios electrónicos, como

grabaciones de audio y video, y películas, y recursos en línea, como sitios web, blogs y bases de datos. En relación con lo anterior, las particularidades de este método se ajustan de manera adecuada al estudio, pues, al analizar el comportamiento de las dos variables que involucran a un grupo de empresas, lo más coherente es utilizar información de investigaciones realizadas con anterioridad para tener una noción clara sobre nuestro tema de estudio.

2.3.2. De campo

La investigación de campo se trata de estudios que se va a realizar sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego ser analizados (Villalobos, 2019). Este estudio recoge datos de la realidad por lo cual los denominamos primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en las cuales se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir.

Pues, para ello se levantó la información mediante una encuesta física dirigida a los dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato, la cual consiste en un conjunto de preguntas con respecto a las dos variables de estudio. Para levantar dicha información me dirigiré personalmente a cada una de las instalaciones.

2.5. Descripción de la población

2.5.1. Población y muestra

La población (N) total se desarrollará entorno al marco de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato, el cual asciende a 733 según informes de la Cámara de Comercio Electrónico. Dado que se reconoce el tamaño de la población y se desea estimar la muestra poblacional se ha optado por desarrollar un muestreo no probabilístico, puesto que, se creará la muestra de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte del estudio en un intervalo de tiempo dado (Espinoza, 2022).

La población de estudio es un conjunto de casos que formará el referente para la elección de una muestra, asimismo la serie de criterios predeterminados, a partir de la muestra de dicha población y así obtener resultados (Mendoza y Ramírez, 2020). El estudio se llevó

a cabo en 100 establecimientos comerciales de Ambato. Pues, al ser una población ilimitada se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia.

2.6. Técnicas

La técnica de investigación es un procedimiento metodológico y sistemático cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo. Es decir, obtener mucha información y conocimiento para resolver nuestras preguntas. Esta técnica forma guías sistemáticas con el objetivo de garantizar la operatividad del proceso investigativo.

2.6.1. Encuesta

El estudio aplicó como técnica la encuesta. Sampieri (2010) las encuestas son utilizadas como un instrumento del cuestionario el cual responden a una serie de preguntas que permiten la recolección de la información de las variables que se pretende medir y estudiar por medio de la investigación.

2.7. Instrumento

2.7.1. Cuestionario

Este cuestionario estuvo dirigido a los dueños, gerentes, encargados de los establecimientos comerciales en la ciudad de Ambato. La investigación de campo permite estudiar las variables y así poder obtener datos de la realidad (Márquez et al., 2020).

El cuestionario está conformado por 30 preguntas las que dieron apertura a las preguntas de acuerdo con el tema tratado (ver figura 3), las cuales se encuentra estructurada por 8 dimensiones. El componente de incursión de las TICS abarcó: a) uso de herramientas, b) medios sociales, c) comunicación, d) eficiencia, e) limitaciones, f) aplicaciones de las TICS. Y el componente de gestión de información contuvo las dimensiones: a) procesos financieros y b) uso de programas contables.

Figura 3 *Diseño del cuestionario*

TICS	Uso de herramientas	Uso de internet para desarrollar actividades laborales.
		Uso de teléfonos inteligentes en horas laborales
		Uso las TICS y herramientas tecnologicas para capacitaciones
		Uso de las TICS para mejorar el desempeño laboral
	Medios sociales	Redes sociales como Facebook o WhatsApp
		Utiliza blogs empresariales o micro bloggss (twitter)
		Webzites que comparten contenido multimedia (Youtube, Instagram)
	Uso de programas	Gestión contable
		Control de personal
		Manejo de inventarios
		Ventas
	GESTIÓN DE INFORMACION FINANCIERA	Comunicación
Permite comunicarse con los miembros de la organización de manera oportuna		
Permite tomar decisiones coordinadas con el equipo de trabajo		
Eficiencia		Puedo optimizar el tiempo en actividades designadas
		Puedo coordinar rapidamente con mi equipo de trabajo
		Mis clientes estan satisfechos con el servicio ofrecido
		La utilizacion de las TICS en la gestion de informacion mejora la competitividad del negocio
Limitaciones		Inexistencia de un presupuesto
		Inexistencia de planes de capacitación
		Fuentes de distracción
Aplicación		Requerimientos gubernamentales
		Modernizacion en procesos operativos y de gestión
		Contar con tecnología flexible y adaptable a las necesidades
		Tener acceso a la informacion del negocio
Administración		Eficiencia para la toma de decisiones
		Brinda las herramientas adecuadas para la toma de deciones
		Permite mejorar la administracion en el área financiera
		Brinda seguridad en el manejo de la informacion y desiciones tomadas

Nota: modelo del cuestionario utilizado para la recolección de datos Fuente: Elaboración propia.

2.8. Validación del instrumento

El alfa de Cronbach es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo de consistencia de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento estén correlacionados entre sí. El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa es de 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es de 0,90; por encima de este valor se considera que hay redundancia o duplicación.

Para el desarrollo de la fiabilidad del instrumento se utilizó el software SPSS, el cual permitió un análisis de coeficiente estadístico fiable del alfa de Cronbach de la muestra de estudio. El estudio tomó diversas dimensiones como: Uso de herramientas, Medios sociales, Comunicación, Eficiencia, Limitaciones, Aplicaciones de las TICS, Administración y Uso de programas contables (tabla 1).

Tabla 1

Alfa de Cronbach

<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,807	23

Nota: se muestra el resultado del alfa de cronbach.

El coeficiente alfa de Cronbach es de 0,807. Se concluye que la herramienta cuestionario es confiable para el desarrollo de la investigación y aplicable para los propietarios de los establecimientos comerciales de Ambato, dado que, de acuerdo con la escala de Cronbach cumple con el valor aceptable.

2.9. Planteamiento de hipótesis

H₀: La incursión de las TICS no se relaciona en la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

H₁: La incursión de las TICS se relaciona en la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIONES

3.1. Análisis y discusión de los resultados obtenidos

Perfil del gerente/propietario de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato

Los resultados fueron obtenidos de los gerentes/propietarios de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato. El grupo fue controlado por variables como el sexo, edad, tiempo de la empresa en el mercado, y formación académica.

Con relación al sexo del grupo de encuestados se identificó que el 55% correspondió al sexo femenino y el 45% al sexo masculino. Entre el rango de edades establecidas en el perfil se mostró que más del 53% son a personas con más de 36 años seguidas por el 30% que fueron personas con edades de entre 29 a 35 años, el 15% entre las edades de 23 a 28 años y únicamente el 2% son personan menores a 22 años. Dentro del tiempo que la empresa lleva en el mercado el 69% manifestó que lleva más de 5 años, el 10% de 3 a 4 años, el 15% de 1 a 2 años y solamente el 6% lleva menos de un año en el mercado. Finalmente, la formación académica de los dueños alcanzó un 61% bachillerato, mientras tanto el 36% cursó el pregrado, por último, el 3% siguen sus estudios de posgrado (ver tabla 2).

Tabla 2

Perfil sociodemográfico

		Frecuencia	Porcentaje %
Sexo	Masculino	45	45,00 %
	Femenino	55	55,00 %
Edad	Menos de 22 años	2	2,00 %
	23 – 28	15	15,00 %
	29 – 35	30	30,00 %
	Más de 36 años	53	53,00 %

	Menos de un año	6	6,00 %
Tiempo de la empresa en el mercado	De 1 a 2 años	15	15,00 %
	De 3 a 4 años	10	10,00 %
	Más de 5 años	69	69,00 %
Formación académica	Bachillerato	61	61,00 %
	Pregrado	36	36,00 %
	Posgrado	3	3,00 %
Total		100	100%

Nota: los datos sociodemográficos fueron obtenidos de la muestra que correspondió a 100 establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato. Fuente: Investigación propia.

Tabla 3

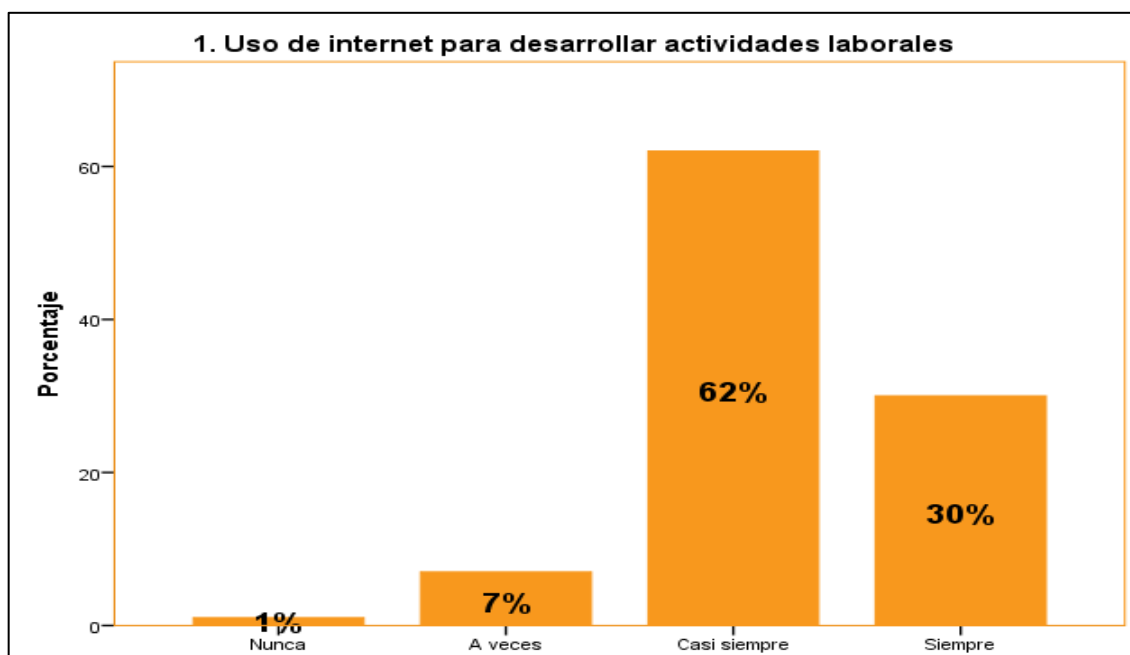
Uso de internet para desarrollar actividades laborales

		Frecuencia	Porcentaje
	Nunca	1	1,0
	A veces	7	7,0
Válidos	Casi siempre	62	62,0
	Siempre	30	30,0
Total		100	100,0

Nota: Los datos expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 1 de la dimensión herramientas tecnológicas. Fuente: Investigación propia.

Figura 4

Dimensión uso de herramientas tecnológicas



Nota: La figura representa el análisis descriptivo de la dimensión herramientas TIC.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato se evidenció que el 62% de dichas empresas casi siempre utilizan en internet para desarrollar sus actividades laborales. Por el contrario, únicamente el 1% no lo utiliza, porque desconocen su uso o les dificulta realizar estas actividades. Finalmente, el 7% lo hace ocasionalmente

Tabla 4

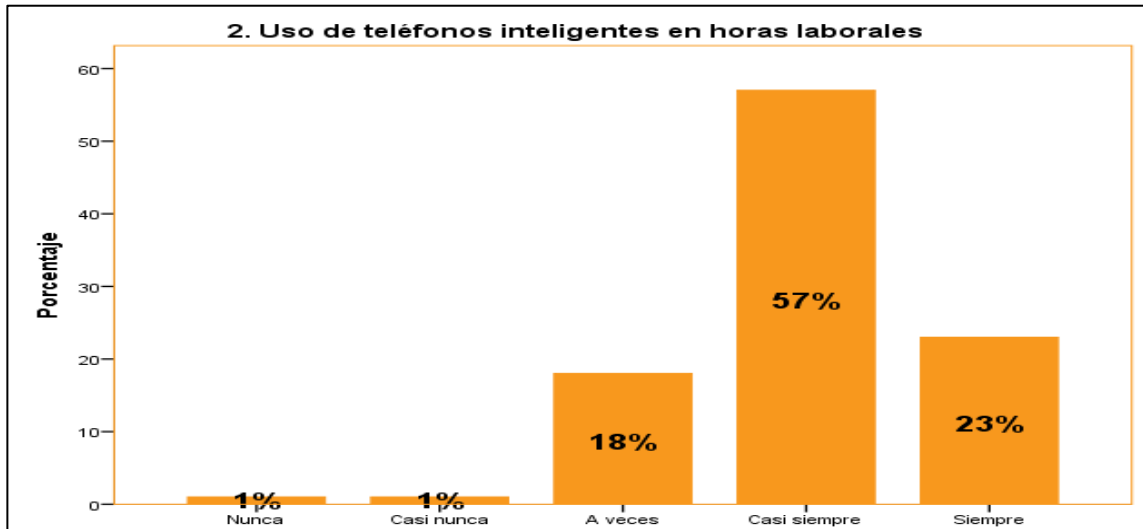
Uso de teléfonos inteligentes en horas laborales

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	1,0
Casi nunca	1	1,0
A veces	18	18,0
Casi siempre	57	57,0
Siempre	23	23,0
Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 2 de la dimensión herramientas tecnológicas. Fuente: Investigación propia.

Figura 5

Dimensión uso de herramientas tecnológicas



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión herramientas TIC.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de herramientas tecnológicas se evidenció que el 57% utilizan siempre teléfonos celulares en horarios laborales, ya sea para contactarse con proveedores o para el uso diario. Sin embargo, el 18% solamente a veces, puesto que, llegan a utilizarlo solo por alguna circunstancia mayor. Finalmente, el 1% no lo utiliza nunca porque son personas mayores y desconocen del uso de la tecnología.

Tabla 5

Uso las TICS y herramientas tecnológicas para capacitaciones.

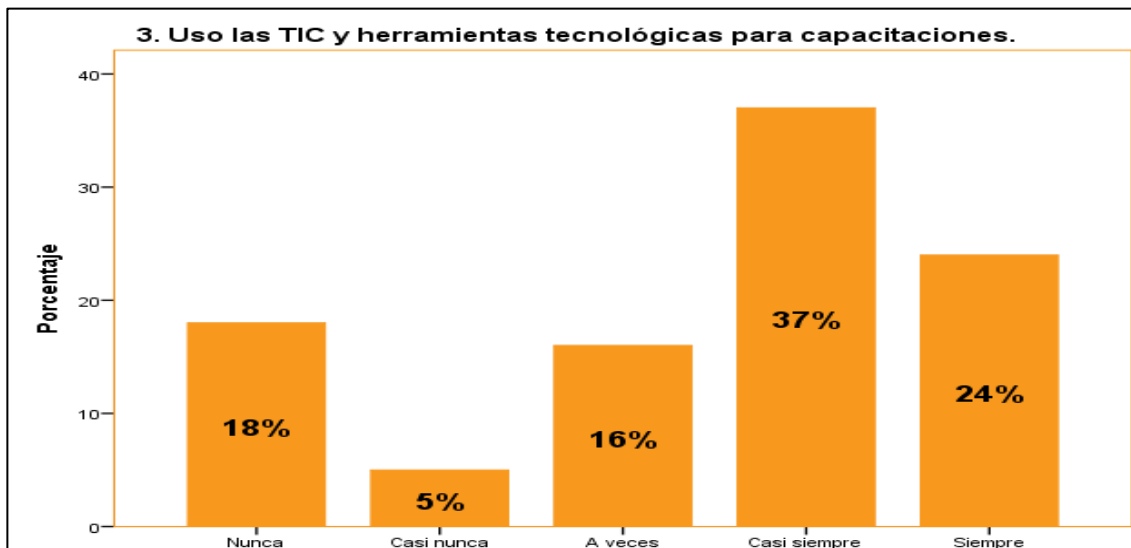
	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Nunca	18	18,0
	Casi nunca	5	5,0
	A veces	16	16,0
	Casi siempre	37	37,0

Siempre	24	24,0
Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 3 de la dimensión herramientas tecnológicas. Fuente: Investigación propia.

Figura 6

Dimensión uso de herramientas tecnológicas



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión herramientas TIC.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de herramientas tecnológicas se evidenció que el 37% casi siempre utilizan las TICS y herramientas tecnológicas para brindar capacitaciones. Sin embargo, el 18% no las utilizan porque no consideran necesarias. No obstante, el 16% lo hace únicamente a veces.

Tabla 6

Uso de las TICS para mejorar el desempeño laboral

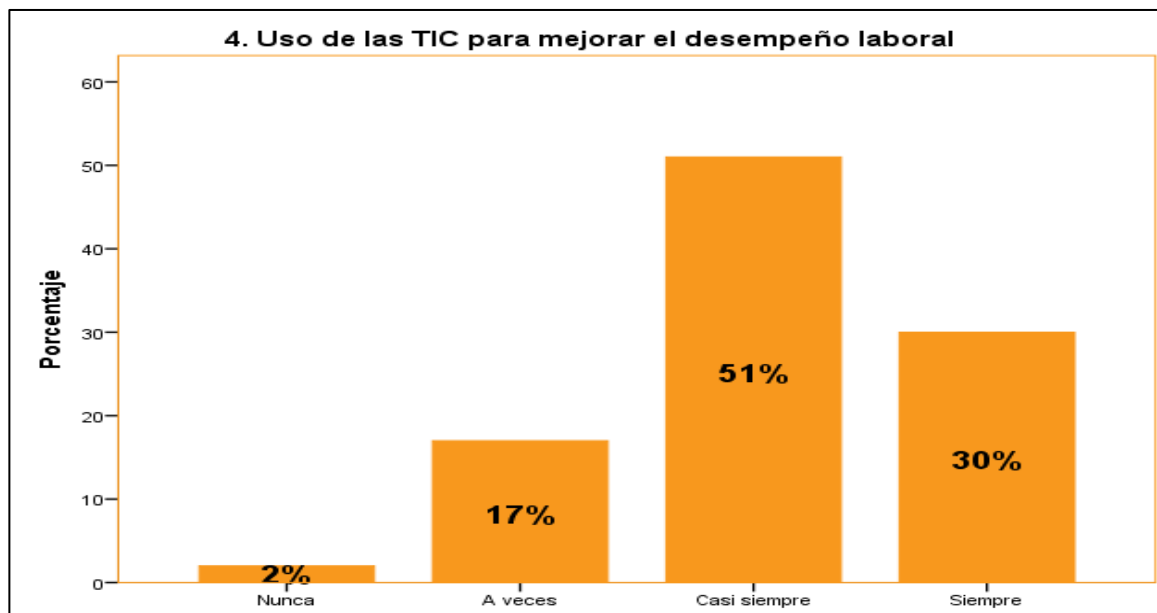
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	2	2,0
	A veces	17	17,0
	Casi siempre	51	51,0

Siempre	30	30,0
Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 4 de la dimensión herramientas tecnológicas. Fuente: Investigación propia.

Figura 7

Dimensión uso de herramientas tecnológicas



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión herramientas TIC.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de herramientas tecnológicas se evidenció que el 51% casi siempre utilizan las TICS para así mejorar el desempeño laboral de sus trabajadores. No obstante, el 17% las utiliza únicamente a veces, ya sea para brindar capacitaciones o para dar instrucciones mediante herramientas tecnológicas. Finalmente, como se mencionó anteriormente, el 2% decide no utilizarla porque desconocen de su uso.

Tabla 7.

¿Su empresa maneja un sitio web?

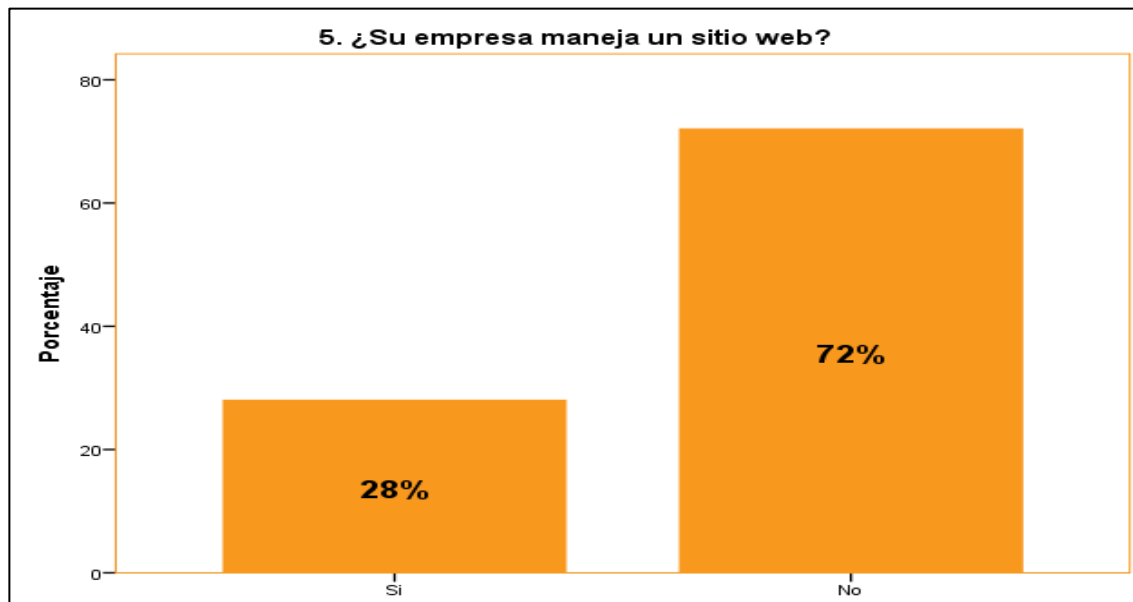
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	28	28,0

No	72	72,0
Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 5 de la dimensión herramientas tecnológicas. Fuente: Investigación propia.

Figura 8

Dimensión uso de herramientas tecnológicas



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión herramientas TIC

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de herramientas tecnológicas se evidenció que el 72% no maneja un sitio web, el gran elevado porcentaje de desconocimiento de las herramientas tecnológicas ha causado que las empresas y microempresas no opten por la utilización de estrategias que tenga que ver con el uso de tecnología avanzada. Sin embargo, únicamente el 28% maneja estos sitios web porque consideran que permite el fácil acceso a la información y a su vez garantiza un aprendizaje didáctico.

Tabla 8

Redes sociales como facebook o WhatsApp

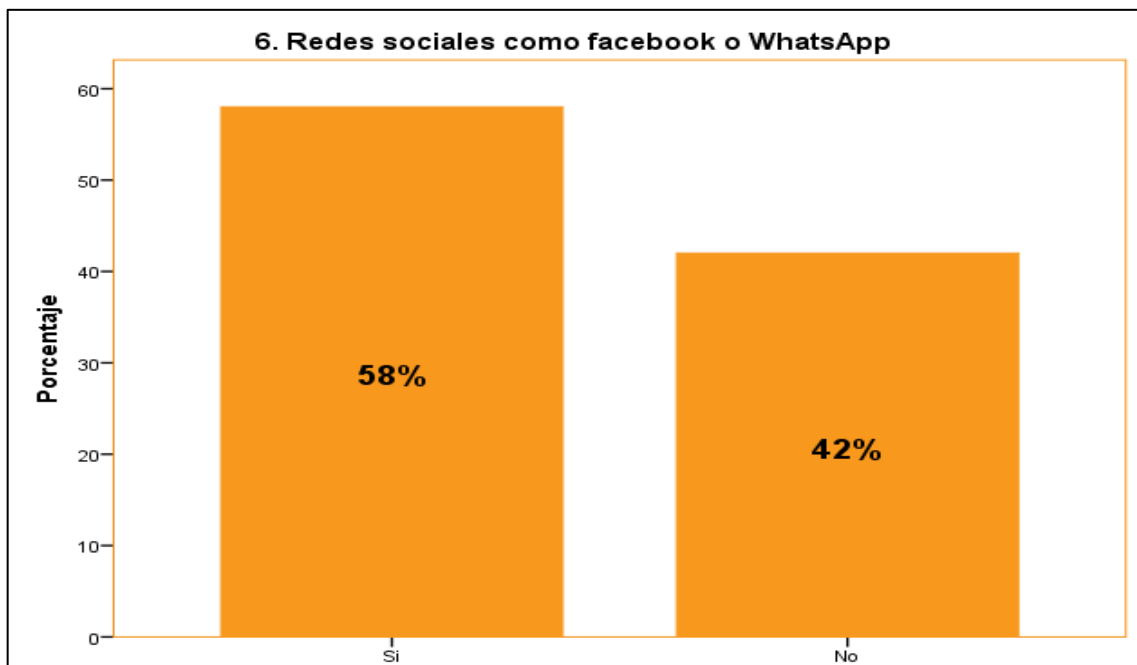
	Frecuencia	Porcentaje
--	------------	------------

	Si	58	58,0
Válidos	No	42	42,0
	Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 6 de la dimensión herramientas tecnológicas. Fuente: Investigación propia.

Figura 9

Dimensión medios sociales



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión medios sociales

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión medios sociales se evidenció que el 58% de las empresas posicionadas en el mercado si utilizan las redes sociales como Facebook o WhatsApp, porque, satisface la necesidad de afecto mediante reforzadores positivos, así como la necesidad de integración. No obstante, el 42% no utilizan estos medios sociales, pues, ellos no consideran que si no optan por utilizar estas tecnologías se delimitan de poseer comunicación bidireccional entre las personas o grupos de personas.

Tabla 9

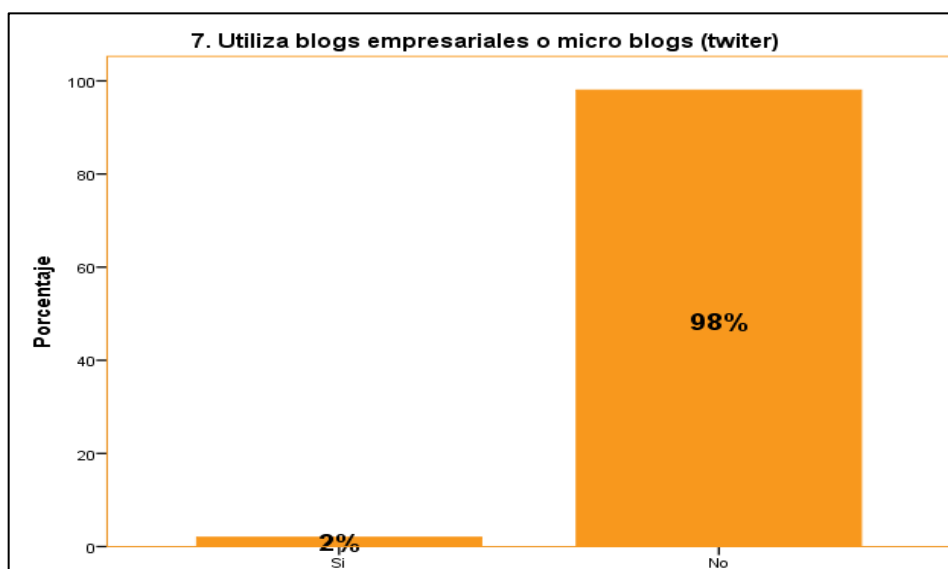
Utiliza blogs empresariales o micro blogs (twitter)

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	2	2,0
	No	98	98,0
	Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 7 de la dimensión medios sociales

Figura 10.

Dimensión medios sociales



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión medios sociales. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión medios sociales se evidenció que el 98% no utilizan blogs empresariales o micro blogs como twitter, esto tiene que ver mucho con el ítem ya antes mencionado, dado que, la utilización de estos medios sociales satisface necesidades, al no utilizarlas se olvida de factores como de socialización entre jóvenes (los que tienden a utilizar la tecnología). No obstante, solo el 2% utiliza estos blogs porque conocen su importancia.

Tabla 10

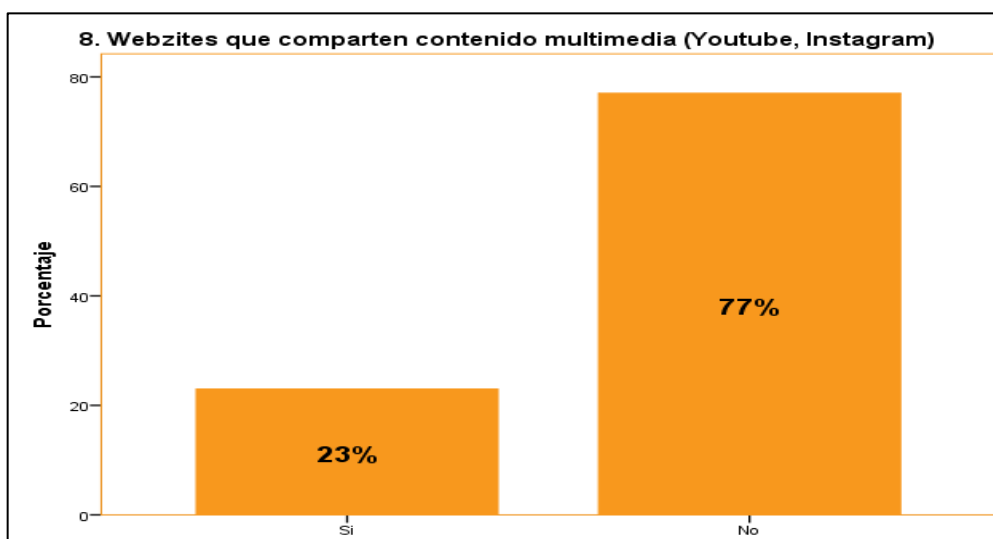
Webzites que comparten contenido multimedia (Youtube, Instagram)

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	23	23,0
	No	77	77,0
	Total	100	100,0

Nota: la tabla expresa el porcentaje acumulado de la pregunta 8 de la dimensión medios sociales. Fuente: Investigación propia.

Figura 11

Dimensión medios sociales



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión medios sociales.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión medios sociales se evidenció que el 77% de la muestra establecida no utilizan webzites y comparten contenido multimedia como el YouTube o Instagram, cabe destacar que se evidencio que los dueños de los establecimientos desconocen del uso de herramientas sociales, el cual es un factor clave. Por otro lado, únicamente el 23% si utilizan esos medios, dado que, si se han interesado en satisfacer las necesidades de sus usuarios.

Tabla 11

Eficiencia para la toma de decisiones

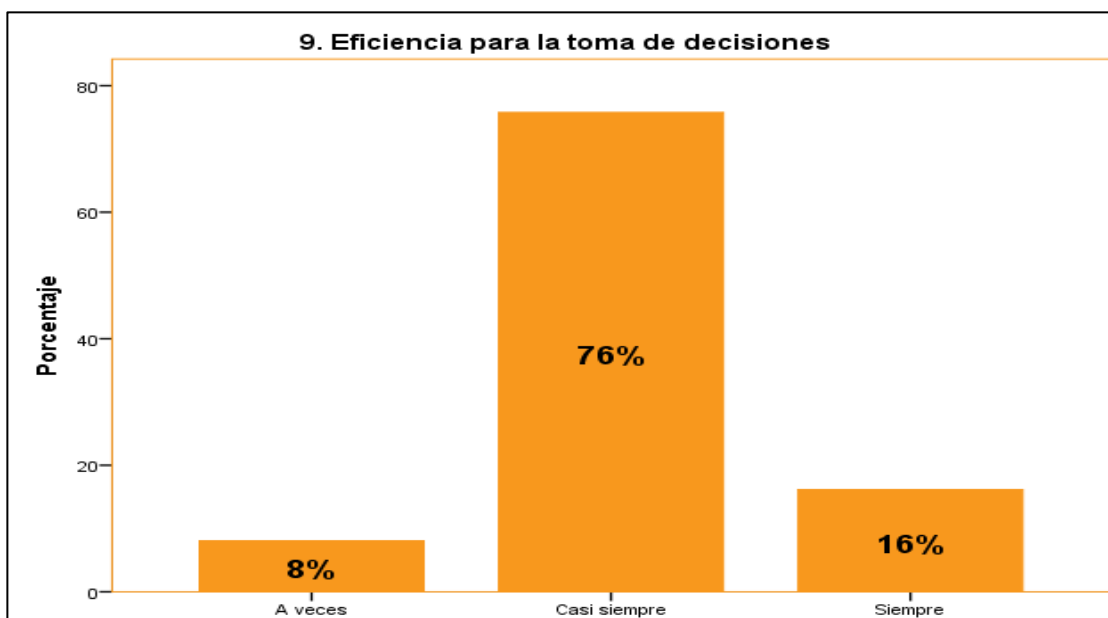
		Frecuencia	Porcentaje
--	--	------------	------------

Válidos	A veces	9	9,0
	Casi siempre	75	75,0
	Siempre	16	16,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 9 de la dimensión eficiencia para la toma de decisiones. Fuente: Investigación propia.

Figura 12

Dimensión - las TICS en los procesos financieros



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión procesos financieros. Fuente: Investigación de campo (2022)

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión las TICS en los procesos financieros se evidenció que el 76% opina que el uso de las TICS casi siempre es eficiente para la toma de decisiones organizacionales. Del mismo modo, el 16% manifestó que el manejo de dichas herramientas mejorará las decisiones, lo cual, les incentiva a aprender el uso de estas tecnologías para tener un mejor rendimiento.

Tabla 12

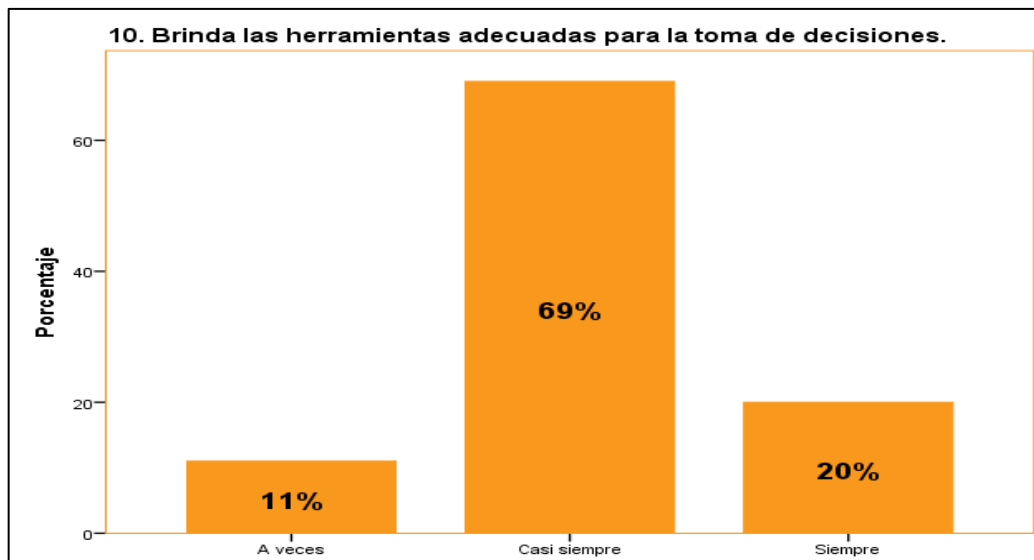
Brinda las herramientas adecuadas para la toma de decisiones.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	A veces	11	11,0
	Casi siempre	69	69,0
	Siempre	20	20,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 10 de la dimensión las TICS en los procesos financieros. Fuente: Investigación propia.

Figura 13

Dimensión - las TICS en los procesos financieros



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión procesos financieros. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión las TICS en los procesos financieros se evidenció que el 69% de la muestra piensa que las TICS casi siempre brindan las herramientas adecuadas para la toma de decisiones. Pues, el 20% expresó que la correcta utilización de estos paquetes va a brindar siempre tomar decisiones que ayude a la mejora de decisiones organizacionales. No obstante, el 11% considera que solamente a veces sucede lo ya antes expuesto.

Tabla 13

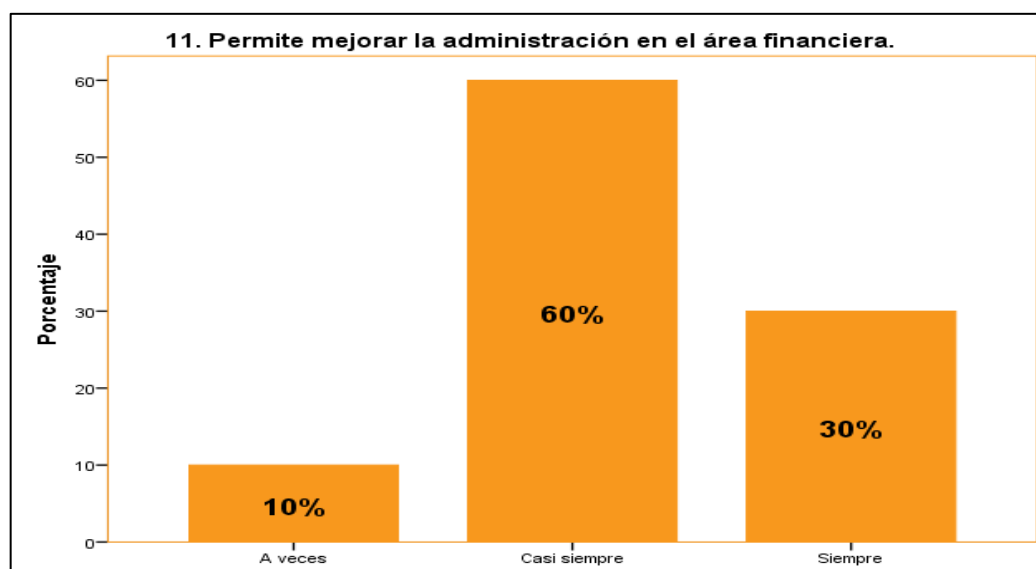
Permite mejorar la administración en el área financiera.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	A veces	10	10,0
	Casi siempre	60	60,0
	Siempre	30	30,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 11 de la dimensión las TICS en los procesos financieros. Fuente: Investigación propia.

Figura 14

Dimensión - las TICS en los procesos financieros



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión procesos financieros. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión las TICS en los procesos financieros se evidenció que el 60% de la muestra opina que el uso correcto de estas herramientas casi siempre permite mejorar la administración en el área financiera Mientras que, el 10% respondió que únicamente a veces suele tener mejoría en ciertos

aspectos. No obstante, el 30% manifestó que definitivamente, el uso de dichas herramientas ha proporcionado una mejora en la administración de la organización.

Tabla 14

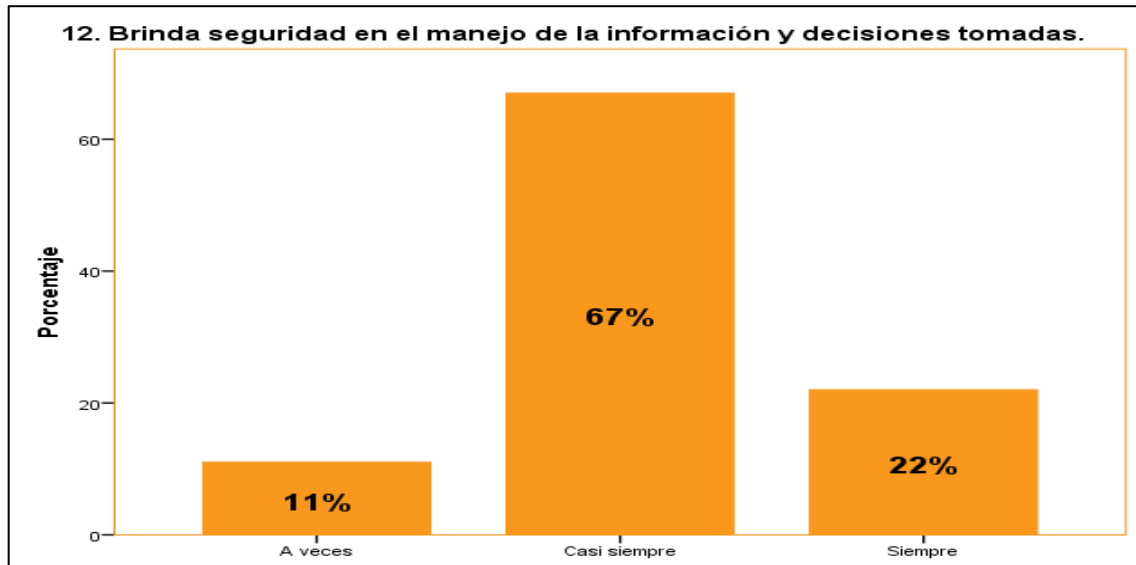
Brinda seguridad en el manejo de la información y decisiones tomadas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	A veces	11	11,0
	Casi siempre	67	67,0
	Siempre	22	22,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 12 de la dimensión las TICS en los procesos financieros. Fuente: Investigación propia.

Figura 15

Dimensión - las TICS en los procesos financieros



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión procesos financieros. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión las TICS en los procesos financieros se evidenció que el 67% casi siempre el adecuado uso de dichas tecnologías casi siempre brinda seguridad en el manejo de la información y decisiones tomadas. El uso de las TICS

en el área financiera provee instrumentos necesarios para soportar dichas herramientas, por lo cual agilizan y apoya las actividades de gestión contable como control de personal, la administración de inventario, etc. No obstante, el 11% respondió que únicamente a veces es importante la aplicación de estos mecanismos.

Tabla 15

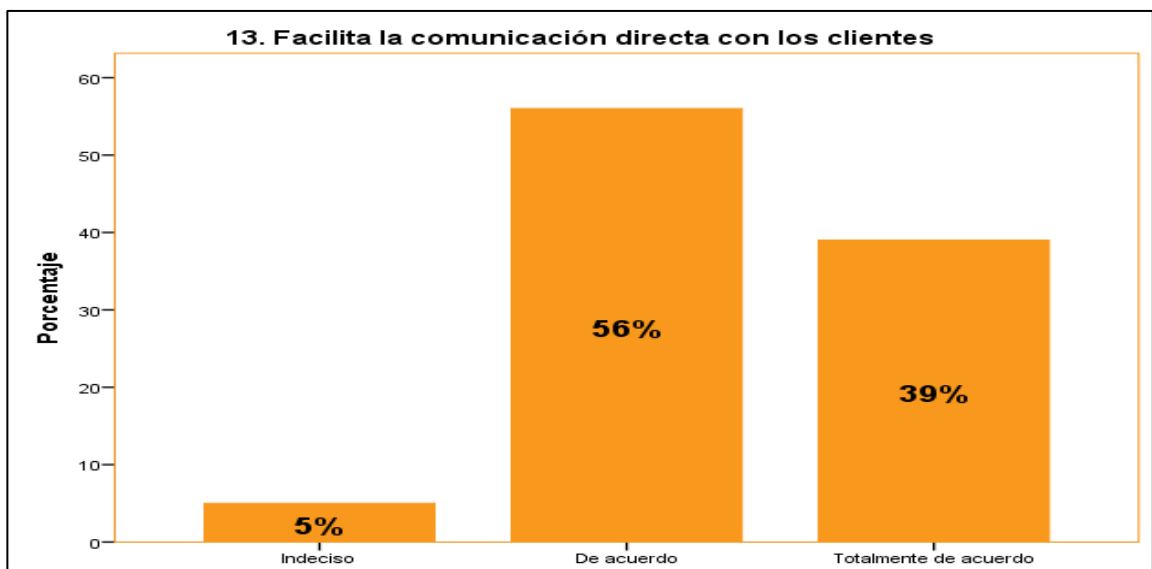
Facilita la comunicación directa con los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Indeciso	5	5,0
	De acuerdo	56	56,0
	Totalmente de acuerdo	39	39,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 13 de la dimensión comunicación. Fuente: Investigación propia.

Figura 16

Dimensión – comunicación



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión comunicación. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión comunicación evidenció que el 56% de

los gerentes y encargados de las organizaciones están de acuerdo con el manejo correcto de las herramientas tecnológicas facilita la comunicación directa con los clientes, dado que, ayuda a transmitir y procesar información. Por otro lado, el 5% manifestó que se encuentran indecisos con el ítem expuesto, se desconocen del tema. Sin embargo, el 39% respondió estar totalmente de acuerdo con lo mencionado, pues, reconocen que las TICS son necesarias para el ámbito laboral.

Tabla 16

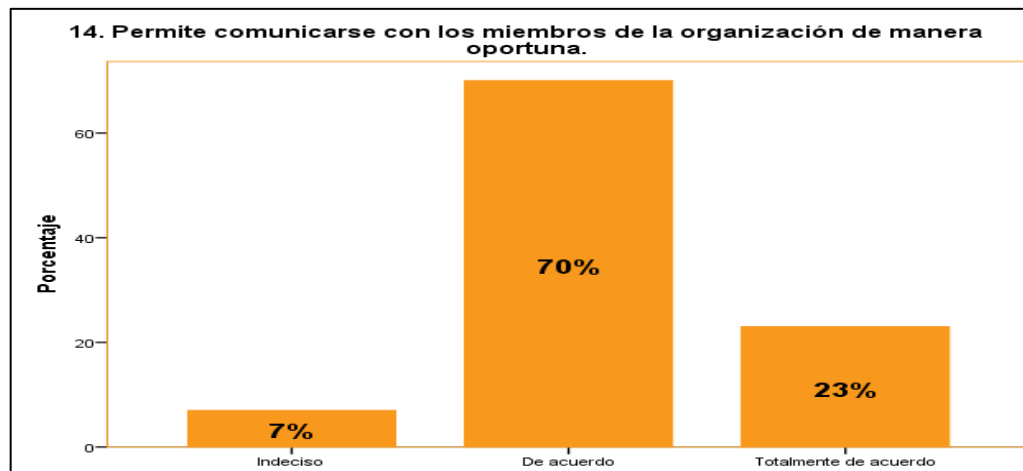
Permite comunicarse con los miembros de la organización de manera oportuna.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Indeciso	7	7,0
	De acuerdo	70	70,0
	Totalmente de acuerdo	23	23,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 14 de la dimensión comunicación. Fuente: Investigación propia.

Figura 17

Dimensión – comunicación



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión comunicación. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión comunicación evidenció que el 70% están de acuerdo acerca de que la comunicación en las TICS permite que los miembros de la organización se comuniquen entre sí de manera oportuna, estas herramientas ayudan a la organización interna de trabajo, lo cual, facilita a los empleados a acceder al conocimiento y los recursos que necesitan para trabajar de manera productiva y coordinada. Por otro lado, el 7% manifestó estar indeciso, puesto que, desconocen de la utilización de dichas herramientas tecnológicas.

Tabla 17

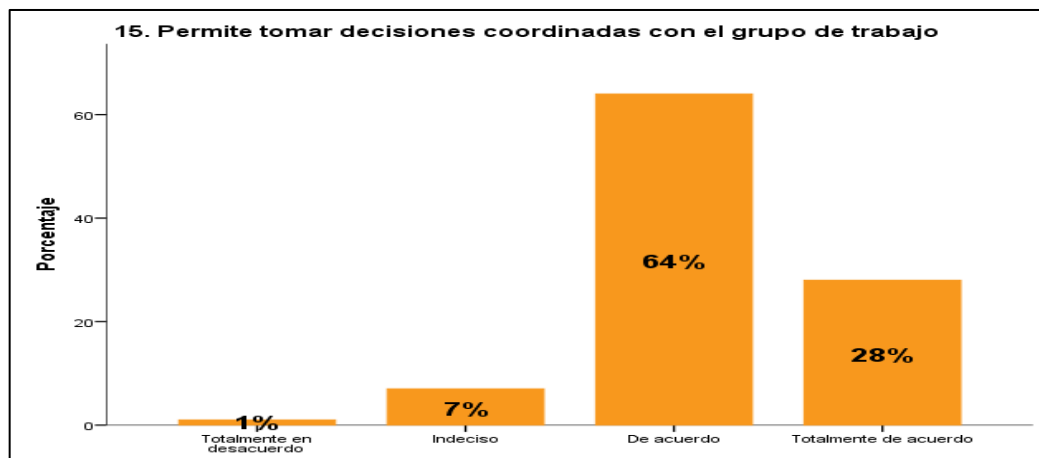
Permite tomar decisiones coordinadas con el grupo de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	1,0
	Indeciso	7	7,0
	De acuerdo	64	64,0
	Totalmente de acuerdo	28	28,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 15 de la dimensión comunicación. Fuente: Investigación propia.

Figura 18

Dimensión – comunicación



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión comunicación. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión comunicación evidenció que el 64% está de acuerdo con que la comunicación social derivadas de herramientas tecnológicas permite tomar decisiones coordinadas con el grupo de trabajo. Mientras que el 7% manifestó estar indecisos con dicho ítem expuesto. Sin embargo, únicamente el 1% estuvo totalmente en desacuerdo. Cabe señalar que los efectos positivos de la comunicación son evidentes en una empresa porque mejora la competitividad de la misma, así como la forma en la que se puede adaptar a los cambios que se produzcan en su entorno con la finalidad de conseguir los objetivos que se hayan propuesto inicialmente.

Tabla 18

Gestión contable

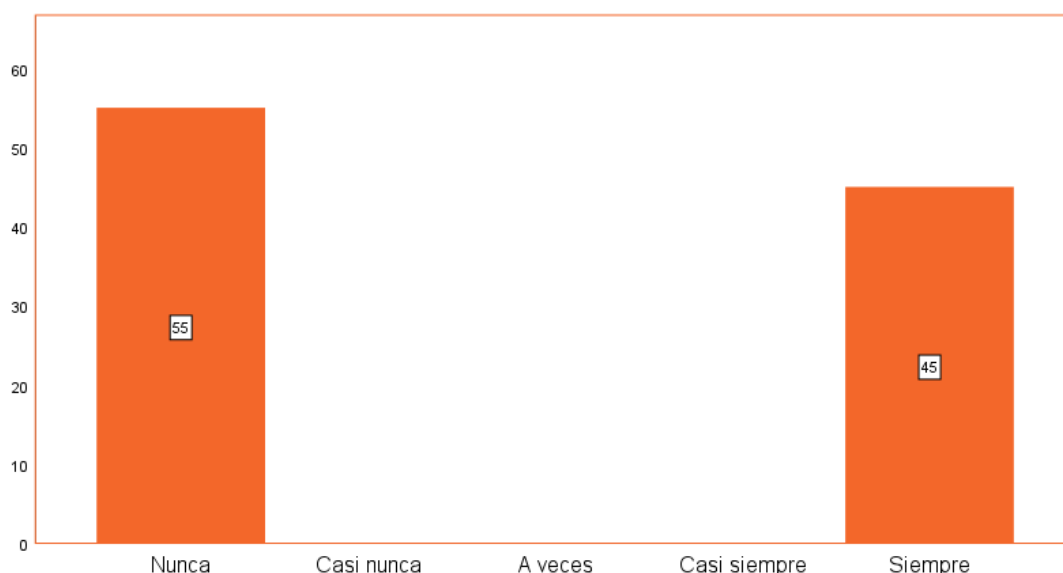
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	55	55,0
	A veces	0	0
	Casi siempre	0	0
	Siempre	45	45,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 16 de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación propia.

Figura 19

Gestión contable



Nota: Las figuras representa el uso de programas para la gestión contable. Fuente: Investigación propia.

De acuerdo con la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de programas evidenció que el 55% nunca utilizan las TICS para una adecuada gestión contable,

Tabla 19

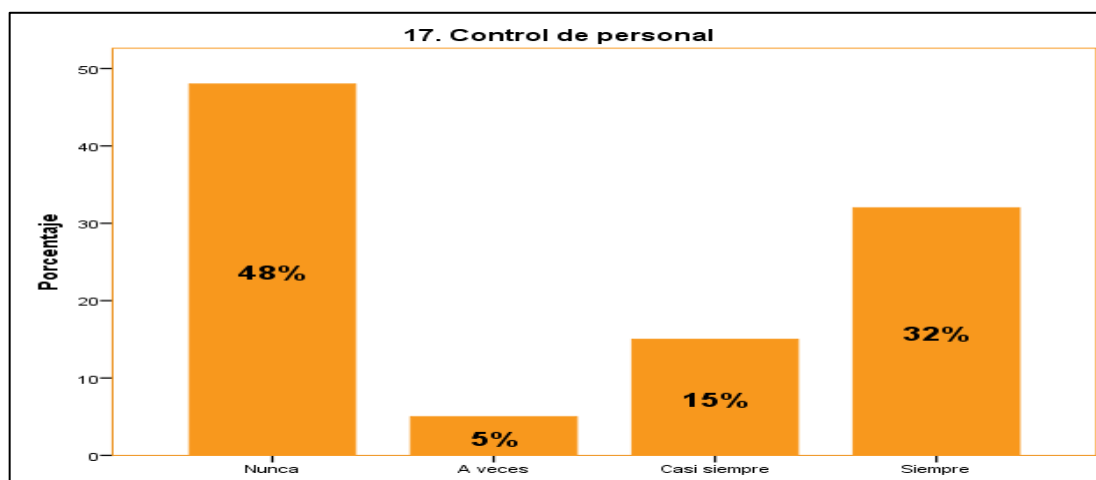
Control de personal

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	48	48,0
	A veces	5	5,0
	Casi siempre	15	15,0
	Siempre	32	32,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 17 control de personal. Fuente: Investigación propia.

Figura 20

Control del personal



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión uso de programas.
Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información recolectada a dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de programas evidenció que al 48% le resulta irrelevante la utilización de ciertas herramientas para manejar el control del personal, por ende, nunca las utilizan. Es recomendable que dichas organizaciones que no implementan las TICS consideren añadirlas en su sistema, puesto que, mejora la eficiencia en los procesos. La importancia de las TICS en la gestión de talento humano es para que la empresa realice con mayor destreza en la recolección de datos e información necesaria para dar el seguimiento del ciclo de vida de los empleados.

Tabla 20

Manejo de inventarios

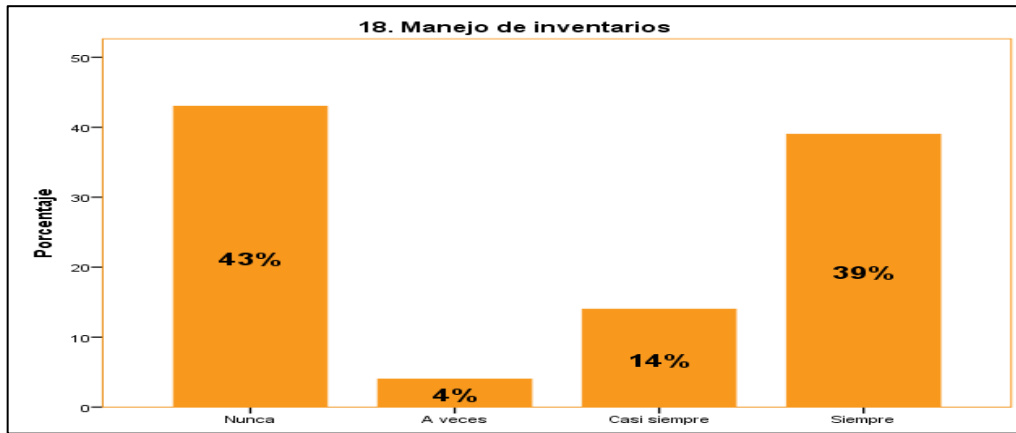
	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	4,0
Casi siempre	14	14,0
Siempre	39	39,0
Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 19 de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación propia.

Figura 21

Manejo de inventarios



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de programas evidenció que el 43% nunca ha utilizado softwares para tener un manejo correcto de inventarios. Pues, desconocen que existen aplicaciones que según como sean implementadas pueden llegar a mejorar la productividad en la gestión de almacenes. Por el contrario, el 39% manifestó que el uso de ciertos programas ha facilitado el manejo de inventarios, por lo cual, lo han utilizado siempre, esto evidenció que reconocen que estas tecnologías permiten una gestión más segura y productiva, lo cual ha permitido a las empresas trabajar de manera más ágil y disponer de información en tiempo real para mejorar las tomas decisivas.

Tabla 21

Ventas

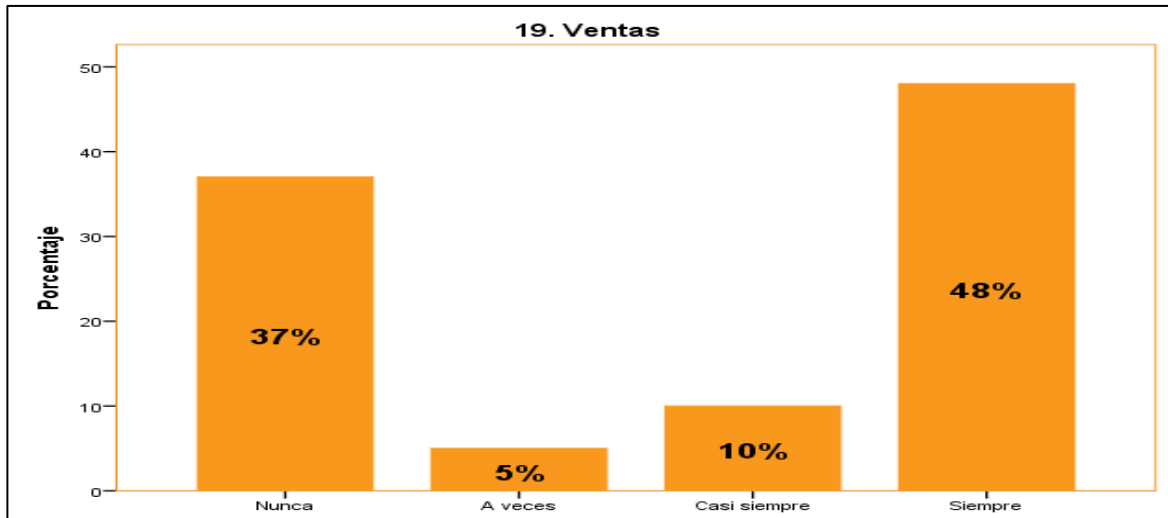
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	37	37,0
	A veces	5	5,0
	Casi siempre	10	10,0
	Siempre	48	48,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 19 de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación propia.

Figura 22

Ventas



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión uso de programas evidenció que, a diferencia del manejo de las TICS en otras áreas, el 48% si lo utiliza cada vez que se trata de las ventas, dado que, permite reducir costos al optimizar la disponibilidad y veracidad de la información dado que brinda mecanismos para fortalecer la relación y comunicación con los clientes. No obstante, el 37% sigue sin utilizarlo, lo cual hace que desaproveche sus ventajas y limita la productividad, la automatización de ciertas tareas, así mismo agiliza o la comunicación entre diferentes áreas de la organización.

Tabla 22

Elaboración de estados financieros.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	51	51,0
	Casi siempre	9	9,0
	Siempre	40	40,0

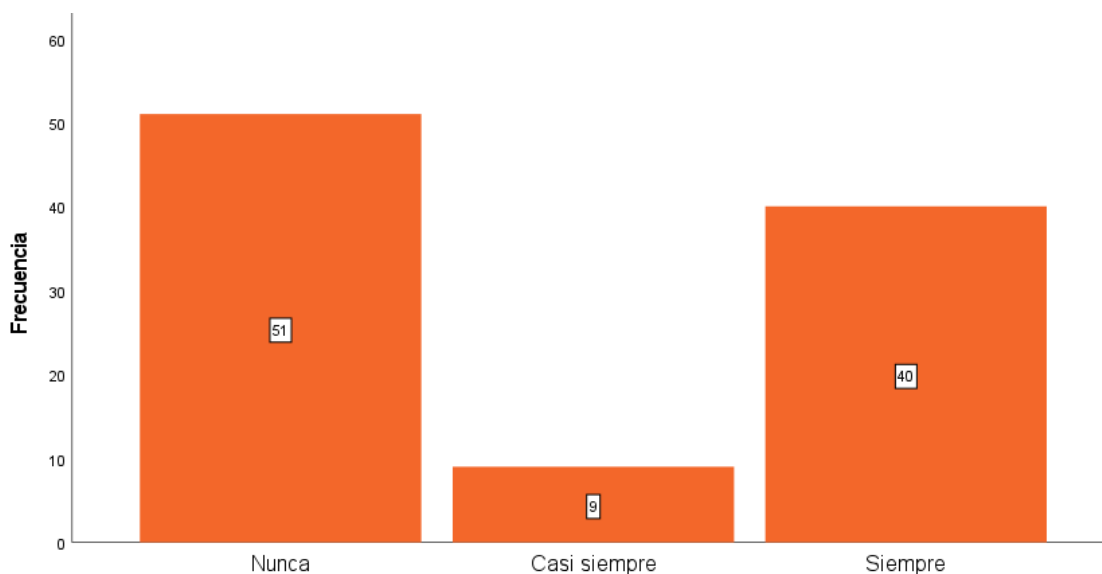
Total	100	100,0
-------	-----	-------

Nota: información recolectada de la pregunta 20 de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación propia.

Figura 23

Elaboración de estados financieros.



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato al uso de programas evidenció que el 51% nunca ha utilizado sistemas tecnológicos para la elaboración de estados financieros, a pesar de que las TICS se han convertido en una herramienta que facilita las actividades contables por realizar debido a que genera reportes económicos lo cual permite determinar si existe cuentas por cobrar, pagar, entre otros factores.

Tabla 23

Puedo optimizar el tiempo en actividades designadas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0

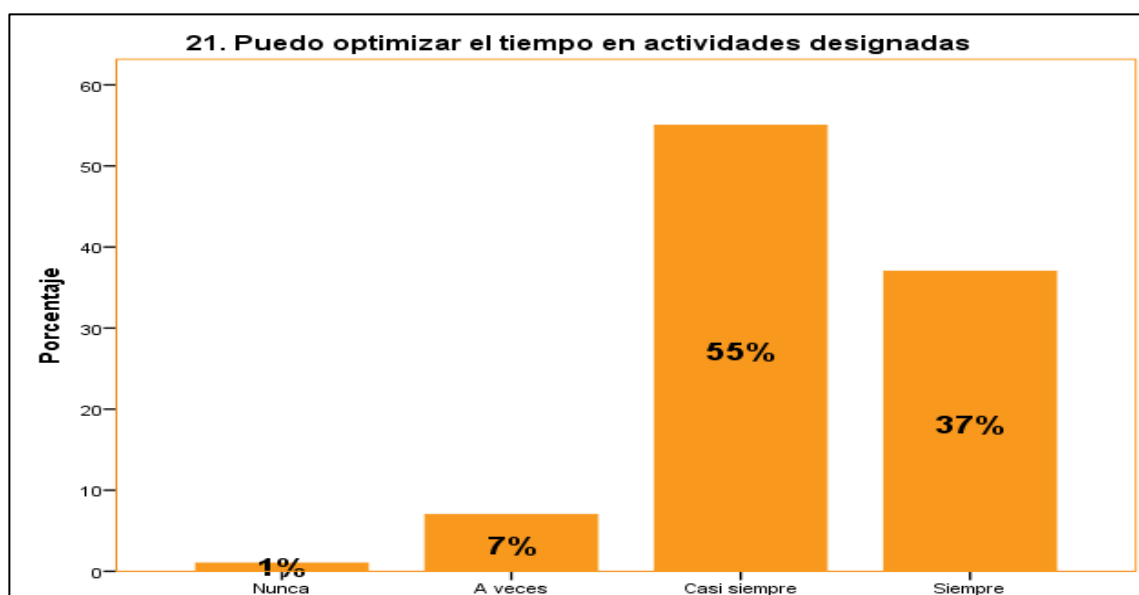
A veces	7	7,0
Casi siempre	55	55,0
Siempre	37	37,0
Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 21 de la dimensión uso de programas.

Fuente: Investigación propia.

Figura 24

Dimensión – eficiencia



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión eficiencia evidenció que el 55% al utilizar tecnologías de la información y comunicación casi siempre se ha optimizado el tiempo en actividades designadas a sus empleados. Pues, es evidente que utilizarlas aumenta la eficiencia, la productividad y ofrece información en tiempo real. Mientras que, el 7% opinó que únicamente a veces puede mejorar aquel aspecto.

Tabla 24

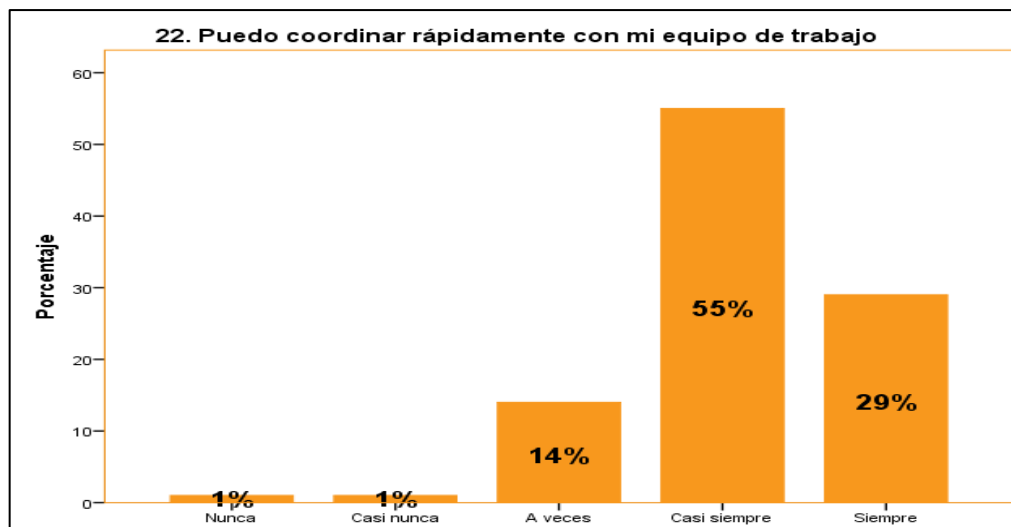
Puedo coordinar rápidamente con mi equipo de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Casi nunca	1	1,0
	A veces	14	14,0
	Casi siempre	55	55,0
	Siempre	29	29,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 22 de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación propia.

Figura 25

Dimensión – eficiencia



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión eficiencia evidenció que el 55% casi siempre prefiere utilizar las TICS en su empresa, porque ayuda a coordinar rápidamente un equipo de trabajo además agiliza y optimiza tiempo. Como ya se ha dicho anteriormente, algunas de las ventajas de utilizar estas herramientas es la mejora de la productividad, automatiza ciertos trabajos, agilizan la comunicación entre compañeros de trabajo, etc. Por el contrario, únicamente el 1% considera que no genera nada de valor la implementación de dicho sistema.

Tabla 25

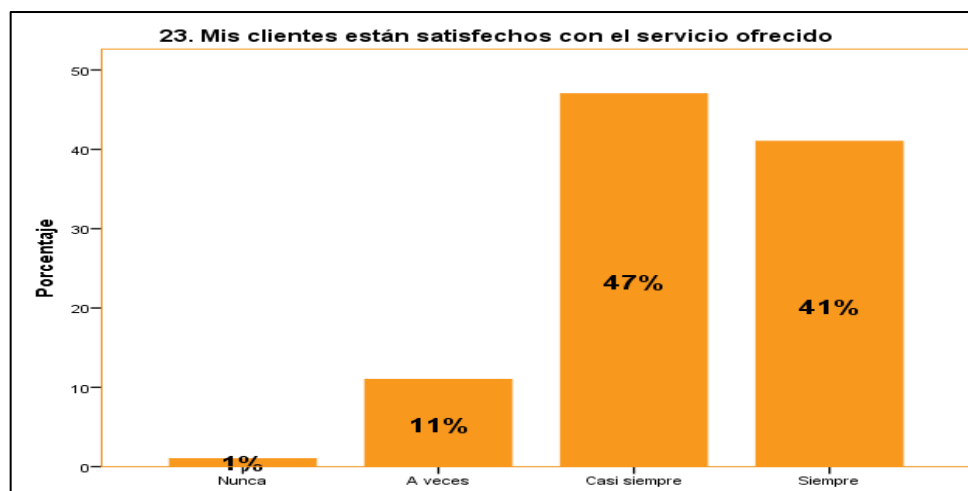
Mis clientes están satisfechos con el servicio ofrecido

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	A veces	11	11,0
	Casi siempre	47	47,0
	Siempre	41	41,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 23 de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación propia.

Figura 26

Dimensión – eficiencia



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión eficiencia expresó que 47% de acuerdo a la opinión de sus clientes siempre quedan satisfechos con los servicios ofrecidos. De igual manera, el 41% respondió con algo muy similar. Sin embargo, el 1% respondió que sus clientes nunca quedan satisfechos con el servicio ofertado. Todo esto gracias a que con las TICS es más sencillo obtener información sobre los clientes, conocer

sus hábitos de compra, sus gustos, sus necesidades o sus deseos para así diseñar estrategias o poner en marcha técnicas enfocadas en satisfacer a los clientes potenciales.

Tabla 26

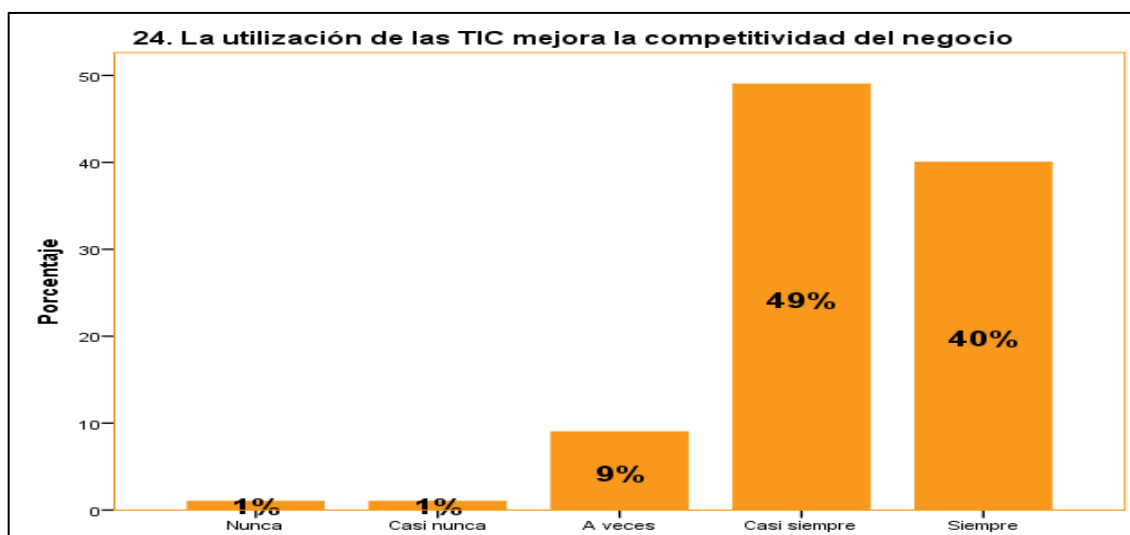
La utilización de las TICS mejora la competitividad del negocio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Casi nunca	1	1,0
	A veces	9	9,0
	Casi siempre	49	49,0
	Siempre	40	40,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 24 de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación propia.

Figura 27

Dimensión – eficiencia



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión eficiencia. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión eficiencia opinaron que el 49% casi

siempre la utilización de las TICS mejora la competitividad del negocio o establecimiento comercial. Mientras que el 9% piensa que solamente a veces y el 1% respondió que nunca. Cabe mencionar que las tecnologías de la información y comunicación permiten que las empresas evolucionen y logren una competitividad sostenible que permite el desarrollo, pues hoy en día la implementación de esta herramienta es clave para el éxito empresarial sin importar el tipo de industria o el tamaño.

Tabla 27

Inexistencia de un presupuesto

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi nunca	3	3,0
	A veces	12	12,0
	Casi siempre	66	66,0
	Siempre	19	19,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 25 de la dimensión limitaciones. Fuente: Investigación propia.

Figura 28

Dimensión – limitaciones



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión limitaciones. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión limitaciones evidenció que el 66% ha optado por no utilizar e implementar dichos sistemas puesto que no se ha destinado un presupuesto o porque no hay ingresos monetarios. Mientras que el, 12% explicó que la falta de presupuesto solo afecta únicamente a veces, dado que, existen organizaciones que evidentemente tienen buenas ventas comerciales y aun así optan por no implementar.

Tabla 28

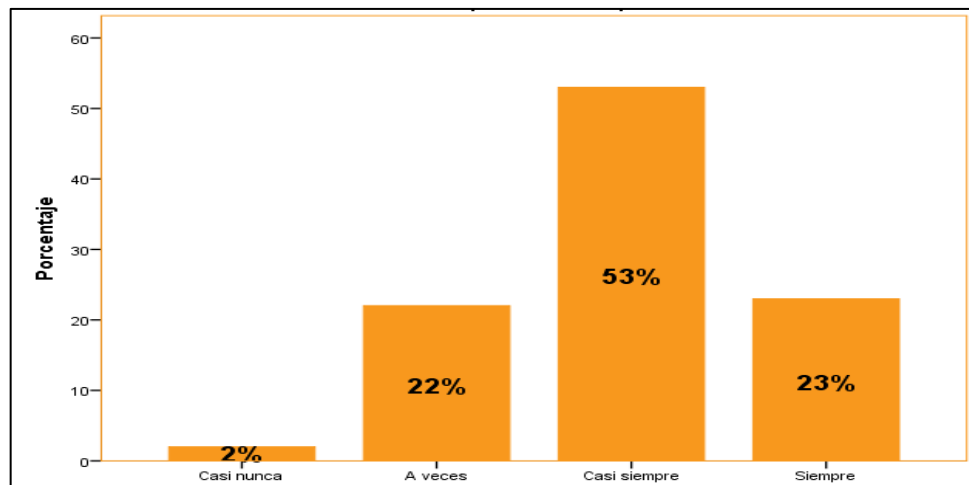
Inexistencia de planes de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi nunca	2	2,0
	A veces	22	22,0
	Casi siempre	53	53,0
	Siempre	23	23,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 26 de la dimensión limitaciones. Fuente: Investigación propia.

Figura 29

Dimensión – limitaciones



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión limitaciones. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión limitaciones evidenció que el 53% casi siempre no implementan dichos sistemas de tecnologías de la información y comunicación porque hay cierta inexistencia de planes de capacitación. Pues, es evidente que no es suficiente con aplicarlas, sino que estas tendrán que ser examinadas según el tipo de tecnología que requiere y su funcionamiento, además de si provocase afectos en la empresa, puesto que las tecnologías no provocan el mismo efecto en todas las empresas, sino, que depende del sector, tamaño, etc.

Tabla 29

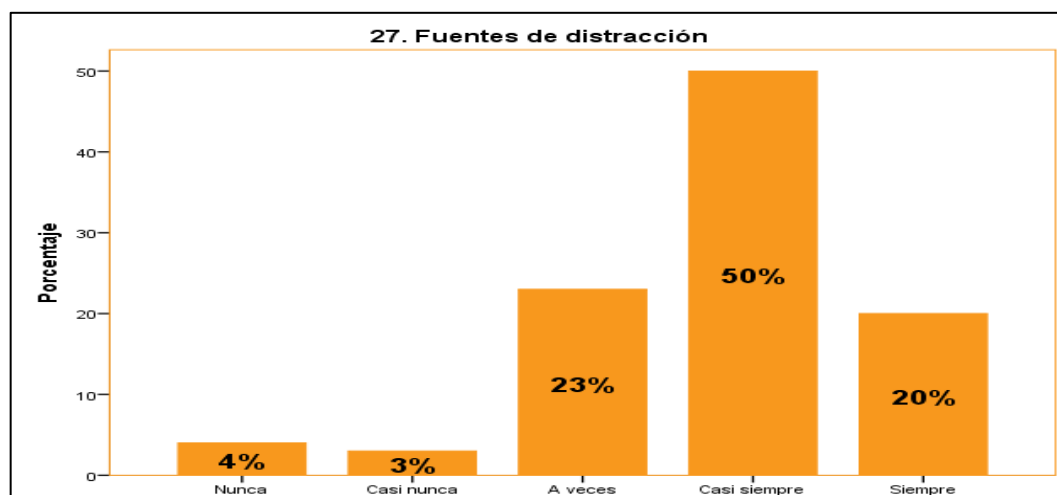
Fuentes de distracción

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	4	4,0
	Casi nunca	3	3,0
	A veces	23	23,0
	Casi siempre	50	50,0
	Siempre	20	20,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 27 de la dimensión limitaciones. Fuente: Investigación propia.

Figura 30

Dimensión – limitaciones



Nota: Las figuras representa el análisis descriptivo de la dimensión limitaciones. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión limitaciones evidenció que el 50% no ha implementado dichas tecnologías en razón de que casi siempre puede ocasionar fuentes de distracción a sus colaboradores. Por otro lado, el 23% opina que solamente a veces puede suceder aquello. Sin embargo, solo el 4% respondió que nunca. Algunas circunstancias que limitan la expansión de las TICS es el riesgo de que se produzcan accesos no autorizados a los ordenadores de las empresas que están conectadas a internet

Tabla 30

Requerimientos gubernamentales

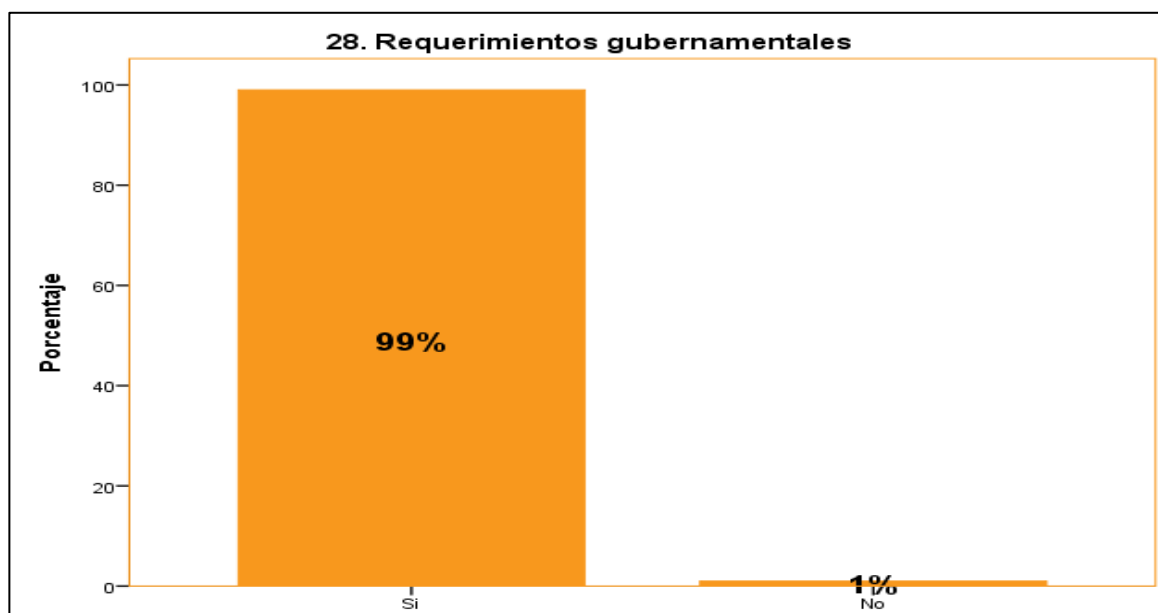
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	99	99,0
	No	1	1,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 26 de la dimensión aplicación de las TICS.

Fuente: Investigación propia.

Figura 31

Dimensión – aplicación de las TICS



Nota: Las figuras son adaptadas del análisis de datos descriptivos. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo a la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión aplicación de las TICS evidenció que el uno de los factores que impulsaría la aplicación de las TICS en los establecimientos son los requerimientos gubernamentales, pues este es un motor de la economía digital, contribuye a impulsar la innovación, el crecimiento económico, generar fuentes de empleo, aumentar la productividad y entre otros beneficios, el 99% de los encuestados sí estuvieron de acuerdo con dicho enunciado. Por otra parte, solamente el 1% se opuso a lo expuesto.

Tabla 31

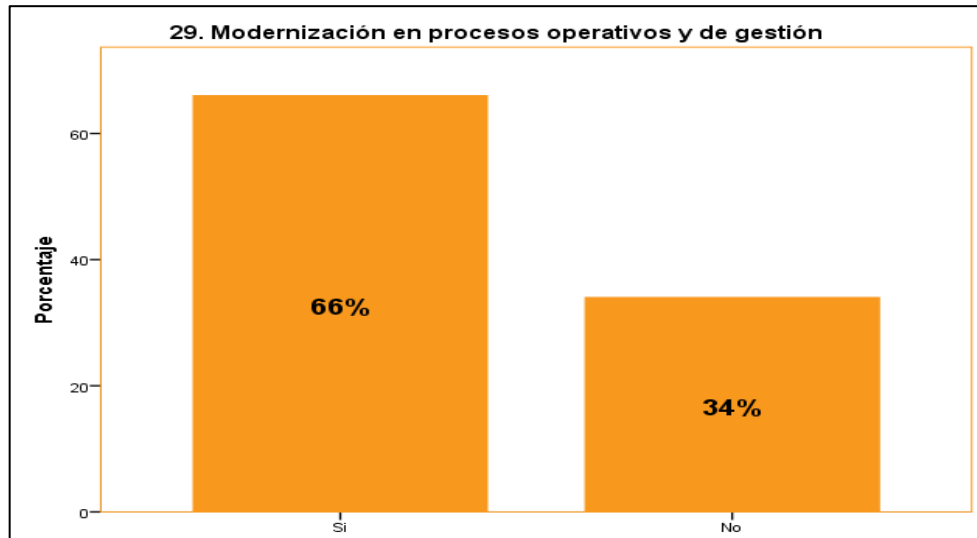
Modernización en procesos operativos y de gestión

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	66	66,0
	No	34	34,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 29 de la dimensión aplicación de las TICS
Fuente: Investigación propia.

Figura 32

Dimensión – aplicación de las TICS



Nota: Las figuras representa el análisis de datos descriptivos. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión aplicación de las TICS evidenció que las empresas al implementar dichos sistemas han tenido una importante influencia en el incremento de la productividad de las empresas, al generar mayor cantidad de ingresos o ventas en un menor tiempo y con mejor calidad, pues, el 66% estuvo de acuerdo con el enunciado. Por otro lado, el 34% respondió a lo expuesto con que la implementación de las tecnologías no posibilita la modernización en los procesos organizaciones. La utilización de estos sistemas en las empresas otorga un importante ahorro de tiempo y recursos, permiten simplificar y agilizar los procesos de gestión en la toma de decisiones.

Tabla 32

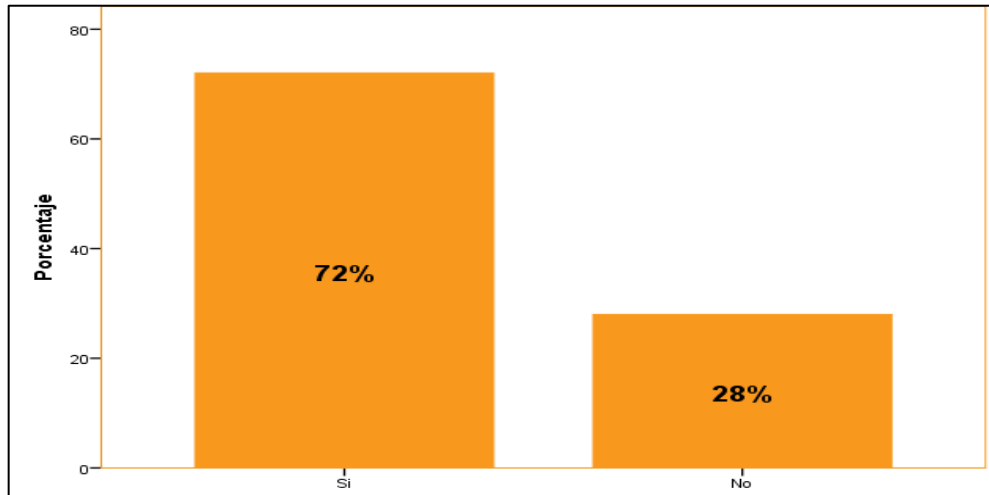
Contar con tecnología flexible y adaptable a las necesidades

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	72	72,0
	No	28	28,0
	Total	100	100,0

Nota: información recolectada de la pregunta 30 de la dimensión aplicación de las TICS

Figura 33

Dimensión – aplicación de las TICS



Nota: Las figuras son adaptadas del análisis de datos descriptivos. Fuente: Investigación de campo (2022).

De acuerdo con la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión aplicación de las TICS evidenció que contar con estos factores flexibles y adaptable a las necesidades es sumamente importante para que el establecimiento comercial tenga un crecimiento exponencial, el 72% de los encuestados respondieron estar de acuerdo con el enunciado. Por el contrario, el 28% respondió no estar de acuerdo con dicho apartado. Cabe tener en cuenta que implementar y actualizar las TICS en las empresas permitirá alcanzar un mayor nivel de rendimiento, con ello, la innovación resulta menos costosa de alcanzar y la diferenciación ante los competidores resulta más fácil de lograr.

Tabla 33

Tener acceso a la información del negocio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	90	90,0
	No	10	10,0

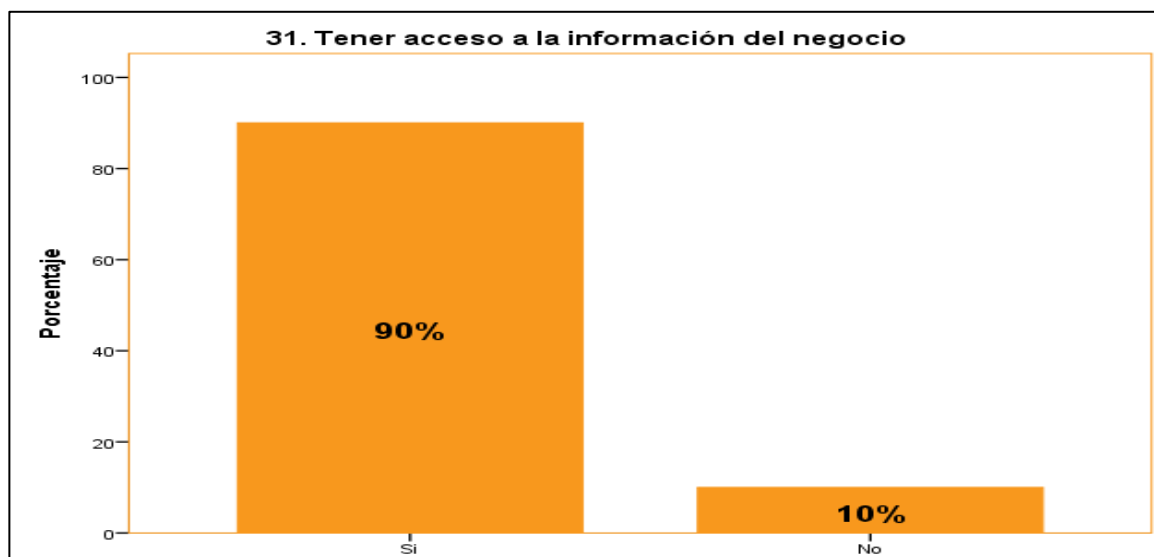
Total	100	100,0
-------	-----	-------

Nota: información recolectada de la pregunta 31 de la dimensión aplicación de las TICS.

Fuente: Investigación propia.

Figura 34

Dimensión – aplicación de las TICS



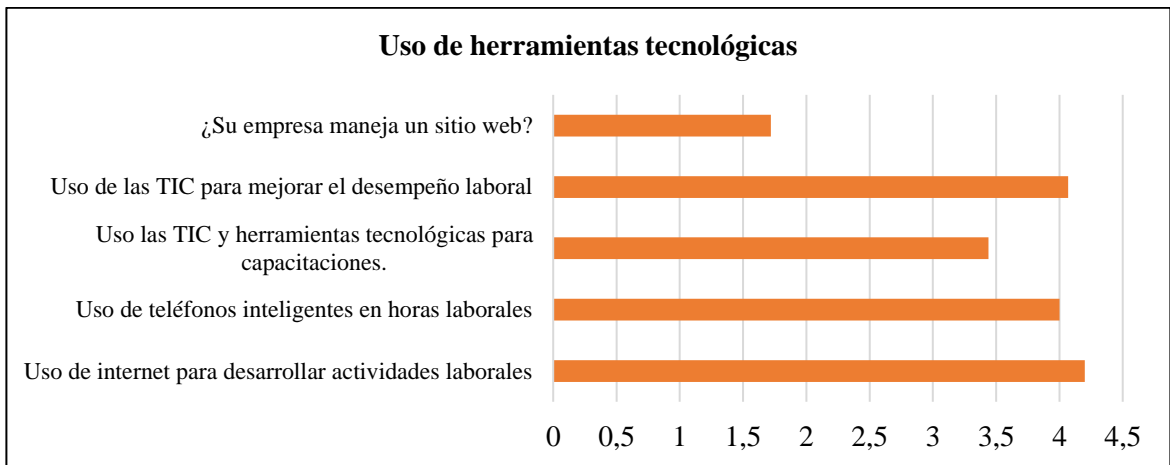
Nota: La figura representa la dimensión aplicación de las TICS.

De acuerdo a la información obtenida de dueños de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato con respecto a la dimensión aplicación de las TICS evidenció que contar con acceso a la información del negocio o establecimiento comercial sería un factor importante que impulsaría la aplicación de las TICS, el 90% respondió que sí a esta pregunta. No obstante, el 10% opinó que este no es un factor clave para incentivar o fomentar el uso de las TICS en los negocios comerciales.

Objetivo 2. Caracterizar las principales herramientas TICS que se utilizan en la gestión de la información de las empresas de comercialización de la ciudad de Ambato.

Figura 35

Caracterización de la dimensión uso de herramientas tecnológicas

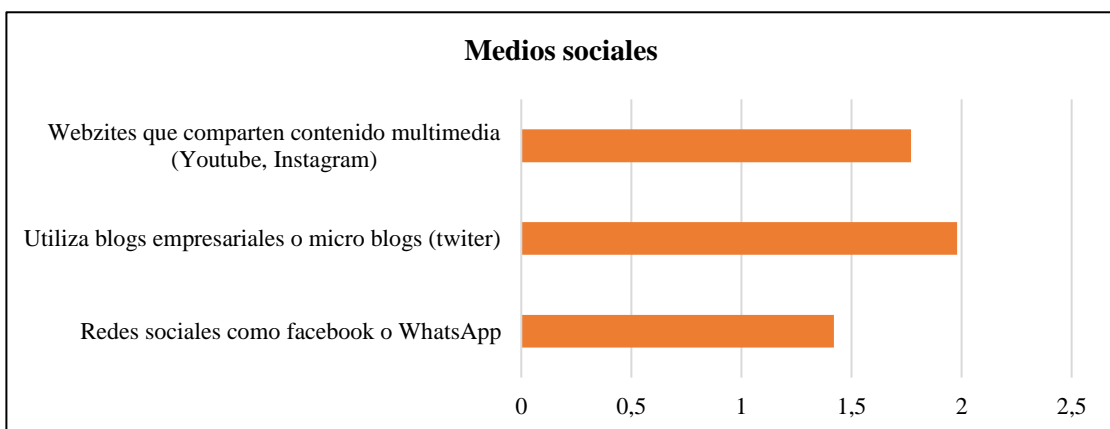


Nota: La escala de los ítems de la dimensión están clasificados: 1= nunca, 2= casi nunca, 3= A veces, 4= casi siempre, 5= siempre. Fuente: Investigación de campo (2022).

Los resultados de la dimensión uso de herramientas tecnológicas es medianamente alta (4), con la frecuencia de casi siempre en la mayoría de los casos. No obstante, dos de los cinco indicadores tuvieron una frecuencia de nunca (1,50) y a veces (3,50) lo que se debe considerar para implementar recomendaciones, el mejoramiento de estos indicadores que se encuentran en baja frecuencia debe tomarse en cuenta.

Figura 36

Caracterización de la dimensión uso de herramientas tecnológicas

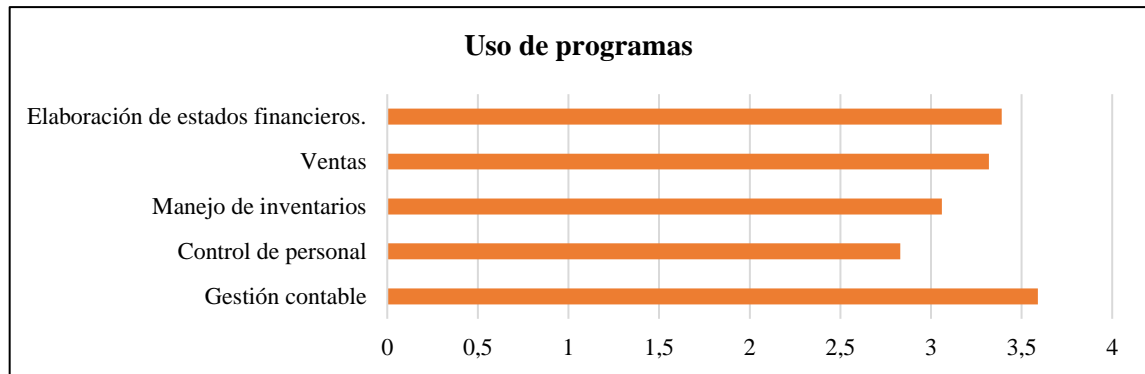


Nota: La escala de los ítems de la dimensión están clasificados: 1= si, 2= No. Fuente: Investigación de campo (2022).

En la media del 1 al 5 los resultados de la dimensión medios sociales al ser caracterizados evidenció que es alta, el indicador uso de webzites y redes sociales en los establecimientos tuvo una frecuencia aceptable con respecto a la escala del Si.

Figura 37

Caracterización de la dimensión uso de programas



Nota: La escala de los ítems de la dimensión están clasificados: 1= nunca, 2= casi nunca, 3= A veces, 4= casi siempre, 5= siempre. Fuente: Investigación de campo (2022).

En la media del 1 al 5 los resultados de la dimensión uso de programas se encuentra en una medida media baja (3,50), puesto que, todos los indicadores se manejaron con la frecuencia de casi nunca y a veces, esto evidenció que los establecimientos comerciales no hacen uso de las herramientas tecnológicas de comunicación porque no conocen de sus ventajas.

Objetivo 3. Relacionar la incursión de las TICS y la gestión de la información de las empresas de comercialización de la ciudad de Ambato.

3.2. Desarrollo de la hipótesis

Ante el planteamiento establecido se ha utilizado la correlación de Rho de Spearman para la comprobación de hipótesis. El coeficiente de correlación Spearman se conoce como una medida de correlación la cual relaciona una asociación o interdependencia entre 2 variables mismo que son aleatorio y continuas.

Atraves de la herramienta utilizada como es la encuesta se tomó en cuenta las preguntas de ambas variables.

3.2.1. Hipótesis

Hipótesis nula

H₀: la incursión de las TICS no se relaciona en la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

Hipótesis alternativa

H₁: la incursión de las TICS se relaciona en la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

3.2.2. Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se utilizó el método de correlación Rho de Spearman debido que al ser preguntas con escala del likert no presentan normalidad.

Tabla 34

Correlaciones

CORRELACIONES				
	1. Uso de internet para desarrollar actividades laborales	2. Uso de teléfonos inteligentes en horas laborales	3. Uso las TIC y herramientas tecnológicas para capacitaciones.	4. Uso de las TIC para mejorar el desempeño laboral
9. Eficiencia para la toma de decisiones	,203*	0,158	0,105	0,129
10.Brinda las herramientas adecuadas para la toma de decisiones	0,181	0,141	0,135	0,150
11.Permite mejorar la administración en el área financiera	0,187	0,154	0,126	0,164
12.Brinda la seguridad en el manejo de la información y decisiones	0,092	0,023	0,104	0,007
13.Facilita la comunicación directa con los clientes	0,069	-0,009	0,076	0,109
14.Permite comunicarse con los mientras de la	0,143	0,082	0,006	0,103

organización de manera oportuna				
15. Permite tomar decisiones coordinadas en el grupo de trabajo	0,016	-0,036	0,117	-0,016
16. Gestión contable	0,085	0,152	,210*	0,096
17. Control de personal	0,172	,209*	0,191	0,171
18. Manejo de inventarios	,267**	,277**	,252*	,238*
19. Ventas	,222*	,240*	,219*	0,166
20. Elaboración de estados financieros	0,167	0,154	0,156	0,196
21. Puedo optimizar el tiempo en actividades designadas	,462**	,420**	,259**	,396**
22. Puedo coordinar rápidamente con mi equipo de trabajo	,424**	,365**	0,195	,324**
23. Mis clientes están satisfechos con el servicio ofrecido	0,073	0,063	0,110	-0,045
24. Utilización de las TICS mejora la competitividad del negocio	,285**	,235*	0,083	,222*
26. Inexistencia de un presupuesto	-0,058	-0,077	-0,066	-0,054
27. Fuentes de distracción	-0,168	-0,144	-0,149	-0,152
28. Inexistencia de planes de capacitación	-0,180	-0,087	-0,124	0,008

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Resultado obtenido de la correlación realizada en el programa spss. Fuente: Investigación propia.

TABLA 35*Escala rangos de relación*

Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa fuerte moderada débil	-0,5
Ninguna correlación	0
positiva moderada Fuerte	0,5
Correlación positiva perfecta	1

Nota. Rangos de correlación

3.3.3. Regla de decisión

Se debe tener en cuenta que para el valor de significancia que se ha calculado en caso de que éste sea inferior al valor de significancia del proceso de tabular (0.05), posteriormente se procede a rechazar la hipótesis nula, por otra parte, si el nivel de significancia que se ha calculado sea mayor (0.05) se procederá a aceptar la hipótesis nula

Interpretación

Como se muestra en la tabla ya establecida se puede evidenciar que el P valor calculado es de 0.00, esto quiere decir que se rechaza la hipótesis nula, por consiguiente, se acepta la hipótesis alternativa que menciona que, la incursión de las TICS se relaciona en la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Los propietarios de los locales comerciales incursionan de forma parcial en las TICS mediante la utilización de redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram puesto que, en muchas ocasiones usan las redes sociales para difundir información y dar a conocer sus productos.
- Se pudo destacar que una de las principales herramientas que utilizan los locales comerciales es el internet puesto que el 62% casi siempre utiliza para desarrollar actividades laborales. El 58% de los propietarios/dueños de los establecimientos maneja una página comercial en Facebook. Por otra parte, los resultados muestran que el 55% de los encuestados niegan a ver contratado o utilizado un programa/software para la gestión contable, así mismo el 51% nunca ha contratado un software para la elaboración de estados financieros, a diferencia del manejo de las TICS en otras áreas, el 63% se ubican en la escala de siempre, casi siempre o a veces lo utiliza cada vez que se trata de ventas.
- Los resultados muestran también que el 92% ubicados en la escala de siempre y casi siempre, cree que las TICS en los procesos financieros aportan eficiencia, control, administración y seguridad al momento de tomar decisiones relacionadas con la información financiera, el 8% coinciden en que a veces aportan eficiencia. En el área de administración financiera, un 69% piensa que las TICS en la gestión de información casi siempre brindan las herramientas adecuadas para la toma de decisiones.

5.2. Recomendaciones

- En la actualidad es indudable la importancia que tienen las Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TICS) en el manejo de las organizaciones empresariales, indistintamente de si se trata de una grande, mediana, pequeña o una microempresa, pues es una herramienta que ofrece múltiples ventajas de esta manera es necesario que los dueños de los establecimientos comerciales adopten las TICS a nivel financiero para obtener eficiencia en la toma de decisiones, a la vez mejorar la administración en el área financiera.
- A pesar de que hoy en día el uso de las TICS es de fácil acceso para todos, la mayor parte no está relacionada con esto, pues aún existe desconocimiento sobre el manejo de las TICS en la gestión de información financiera, por lo que se recomienda los dueños familiarizarse a través de foros, capacitaciones etc.
- El uso de las TICS en el sector financiero provee instrumentos, programas (Software) para agilizar y apoyar las actividades de gestión contable, por lo que se recomienda a los dueños de los establecimientos comerciales presupuestar para invertir en la compra de software.

REFERENCIAS

- Adeleke, I., Lawal, A., Adio, R., y Adebisi, A. (2017). Information technology skills and training needs of health information management professionals in Nigeria: A nationwide study. *Health Information Management Journal*, 44(1), 30–38.
<https://doi.org/10.12826/18333575.2014.0002>
- Adeola, L., y Ishola, H. (2022). Information Communication Technology and Terrorism in Nigeria: Digitalization for Enhanced National Security. *International Journal of Information Systems and InformaTICS*, 3(1), 15–24.
- Agu, E. (2022). Information Communication Technology (ICT) as a Veritable Tool for Information Management in Judicial Libraries in Nigeria. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(7), 1685–1689.
- Akuntansi, J., y Akuntansi, S. I. (2022). The effect of utilization of information technology and competence of human resources on the effectiveness of accounting information systems. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 6(1), 109–121.
- Ana Vélez. (2022). Formación universitaria en la gestion contable - financiera en los em- prendimientos turisticos SOSTENIBLE. *Revista Conrado*, 18(8), 2003–2005.
- Bambale, Y. (2020). Effect of Information and Communication Technology Adoption on Financial Performance of Takaful Operators in Kano Metropolis. In *Creative Business Research Journal (CBRJ)* (Vol. 5, Issue 3).
- Batmetan, J. (2022). Model Enterprise Architecture for Information Technology Services in Universities. *International Journal of Information Technology and Education (IJITE)*, 1(4), 18–34.
- Bermeo, M., Montoya, L., Valencia, A., y Mejía, M. (2020). Incursión de las TICS en la gestión de la información financiera en las empresas pyme comerciales: estudio de caso. *Novum, Revista de Cienias Sociales Aplicadas*, 1(10), 25–41.

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/arTICSle/view/84003>

Castaño, C., Guevara, J., y Quirós, E. (2020). Adopción de estándares de información financiera en el sector telecomunicaciones : conjeturas a partir de una revisión de literatura. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(4), 19–40.

<https://ojs.asfacop.org.co/index.php/asfacop/arTICSle/view/181>

Castrellón, X., Cuevas, G., y Calderón, R. (2021). La importancia de los estados financieros en la toma de decisiones. *Revista Faeco Sapiens*, 4(2), 82–96.

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensRecibido:18/03/21Aceptado:01/5/21

Chavarría, C., Morales, J., Cañarte, L., y Chávez, J. (2022). PolíTICSas públicas educativas desde el marco constitucional ecuatoriano. *Cienciamatria*, 8(1), 236–247. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i1.673>

Chávez, M., y Vallejos, C. (2018). Gestión de la información financiera y su relación con la toma de decisiones gerenciales en las organizaciones de la Unión Peruana del Norte. Lima, 2017. *Revista Muro de La Investigación*, 2(1), 95–106.

<https://doi.org/10.17162/rmi.v2i1.770>

Cho, J., Ko, D., y Lee, B. (2018). Strategic approach to privacy calculus of wearable device user regarding information disclosure and continuance intention. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 12(7), 3356–3374.

<https://doi.org/10.3837/tiis.2018.07.020>

Contreras, O., Polo, J., y Montoya, G. (2022). Revisión de la Literatura sobre Gestión de Inventario en la Industria Textil. *Qantu Yachay*, 2(1), 26–40.

<https://doi.org/10.54942/qantuyachay.v2i1.19>

Curma, F., y Lopez, J. (2022). ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA EN EL CONTEXTO DE LAS TICS. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 6(11), 15–21.

- Espinoza, W. (2022). Planeamiento estratégico de tecnologías de información, a partir de una revisión bibliográfica. *Revista Multidisciplinaria*, 6(5), 1808–1820.
- Fitrios, R., Nur, E., Y Zakya, I. (2022). How Information Technology and User Competence Affect the Quality of Accounting Information Through the Quality of AIS. *Quality - Access to Success*, 23(187), 109–118.
<https://doi.org/10.47750/QAS/23.187.13>
- Franco, R., Y Cedeño, E. (2022). LAS TICS : COMO HERRAMIENTA DE APOYO EN EL APRENDIZAJE DE LA LECTURA DE LOS ESTUDIANTES DEL TERCER AÑO DE BÁSICA ELEMENTAL. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 6(1), 64–80.
- Gyaase, P., Anokye, A., Y Bediako, Y. (2020). The Adoption Of Information And Communication Technology In The Public Sector; A Study Of The Financial Management In The Ghana Education Service (GES). *International Journal of Scientific Y Technological Research*, 2(12), 327–335.
- Harguem, S., Boubaker, K., y Echatti, H. (2022). Information Technology Governance in the Tunisian Banking Industry: An Exploratory Study. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(3), 121. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0072>
- Hauswald, R., Y Marquez, R. (2020). Information Technology and Financial Services Competition. *Review of Financial Studies*, 16(3), 921–948.
<https://doi.org/10.1093/rfs/hhg017>
- Hernández, B., Jiménez, J., Y Martín, J. (2017). Influencia de las TICS en la gestión de la información empresarial. *Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino Al Futuro*, 4(2), 1972–1986.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/arTICSulo?codigo=2232713>
- Kingsley, A. (2017). Information Communication Technology (ICT) in the Educational System of the Third World Countries as a Pivotal to Meet Global Best Practices in Teaching and Development. *American Journal of Computer Science and*

Information Technology, 5(2), 1–5. <https://doi.org/10.21767/2349-3917.100010>

Latar, B., Syarifudin, E., y Shobri. (2020). Management of ict and telegram bots: implementation of information services for students of the islamic school daar el hasanah. *Jurnal Ilmiah IJGIE International*, 4(1), 52–67.

Molano, L. (2020). LAS TICS COMO HERRAMIENTAS PARA LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL SECTOR AGROPECUARIO. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.

Njonde, J., y Kimanzi, K. (2019). EFFECT OF INTEGRATED FINANCIAL MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM ON PERFORMANCE OF PUBLIC SECTOR: A CASE OF NAIROBI COUNTY GOVERNMENT. *International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship*, 1(12), 11–23.

Nofiana, L., y Sunarsi, D. (2020). THE INFLUENCE OF INVENTORY ROUND RATIO AND ACTIVITIES ROUND RATIO OF PROFITABILITY (ROI). *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 4(1), 95–103.

Nwangwu, K., Opata, P., Chiemela, C., y Onah, T. (2022). ICT TOOLS AND THEIR UTILIZATION IN ACCESSING AGRICULTURAL INFORMATION AMONG SMALLHOLDER FARMERS IN RURAL AREAS OF SOUTHEAST NIGERIA. *Journal of Asian Rural Studies*, 6(1), 1–10.

Olivar, A., Y Daza, A. (2019). Las Tecnologías De La Información Y Comunicación (TICS) Y Su Impacto En La Educación. *Revista NEGOTIUM*, 3(7), 21–46.

Pandey, A., Y Mishra, S. (2022). Influence of Executive Perception of Role of Information Technology : A financial institution perspective. *Proceedings of the Conference on Information Systems Applied Research*, 15(5754), 1–10.

Reyes, D., Anzueles, X., Zambrano, J., Y Marcillo, M. (2021). Tecnologías De La Información El Nuevo Paradigma Del Enfoque Educativo Frente a La Brecha Digital. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria.*, 5(3), 221–230.

<https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n4.2021.388>

- Suárez, Lady, Freire, J., Montalvo, M., y Silva, N. (2022). Normativa de registro de las operaciones económicas sustentadas en las normas internacionales de información financiera. *Cienciamatria*, 8(3), 142–151. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i3.747>
- Treem, J., Leonardi, P., y Hooff, B. (2020). Computer-Mediated Communication in the Age of Communication Visibility. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 44–59. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz024>
- Valencia, B., y Narváez, C. (2021). La gestión de riesgos financieros y su incidencia en la toma de decisiones. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 7(2), 691–722. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i2.526>
- Victor, O., Obinozie, H., y Eчекoba, F. (2015). The Effect of Information Communication Technology and Financial Innovation on Performance on Nigerian Commercial Banks 2001 - 2013. *International Journal of Accounting Research*, 5(7), 51–66. <https://doi.org/10.12816/0017350>

Anexos

Correlaciones

		1. Uso de internet para desarrollar actividades laborales	2. Uso de teléfonos inteligentes en horas laborales	3. Uso las TIC y herramientas tecnológicas para capacitaciones.	4. Uso de las TIC para mejorar el desempeño laboral
9. Eficiencia para la toma de decisiones	Coeficiente de correlación	,203	0,158	0,107	0,129
	Sig. (bilateral)	0,044	0,118	0,291	0,204
	N	99	99	99	99
10. Brinda las herramientas adecuadas para la toma de decisiones.	Coeficiente de correlación	0,181	0,141	0,135	0,150
	Sig. (bilateral)	0,072	0,162	0,182	0,136
	N	100	100	100	100
11. Permite mejorar la administración en el área financiera.	Coeficiente de correlación	0,187	0,154	0,126	0,164
	Sig. (bilateral)	0,063	0,126	0,212	0,104
	N	100	100	100	100
12. Brinda seguridad en el manejo de la información y decisiones tomadas.	Coeficiente de correlación	0,092	0,023	0,104	0,007
	Sig. (bilateral)	0,362	0,821	0,301	0,948
	N	100	100	100	100
13. Facilita la comunicación directa con los clientes	Coeficiente de correlación	0,069	-0,009	0,076	0,109
	Sig. (bilateral)	0,497	0,927	0,450	0,282
	N	100	100	100	100
14. Permite comunicarse con los miembros de la organización de manera oportuna.	Coeficiente de correlación	0,143	0,082	0,006	0,103
	Sig. (bilateral)	0,155	0,420	0,950	0,310
	N	100	100	100	100

15. Permite tomar decisiones coordinadas con el grupo de trabajo	Coeficiente de correlación	0,016	-0,036	0,117	-0,016
	Sig. (bilateral)	0,878	0,724	0,248	0,875
	N	100	100	100	100
16. Gestión contable	Coeficiente de correlación	0,009	0,090	0,164	0,067
	Sig. (bilateral)	0,930	0,375	0,103	0,508
	N	100	100	100	100
17. Control de personal	Coeficiente de correlación	0,112	0,143	,282**	0,155
	Sig. (bilateral)	0,266	0,157	0,004	0,123
	N	100	100	100	100
18. Manejo de inventarios	Coeficiente de correlación	,267**	,277**	,252*	,238*
	Sig. (bilateral)	0,007	0,005	0,012	0,017
	N	100	100	100	100
19. Ventas	Coeficiente de correlación	,222*	,240*	,219*	0,166
	Sig. (bilateral)	0,027	0,016	0,029	0,098
	N	100	100	100	100
20. Elaboración de estados financieros.	Coeficiente de correlación	0,135	0,151	,206*	,209*
	Sig. (bilateral)	0,180	0,134	0,040	0,037
	N	100	100	100	100
21. Puedo optimizar el tiempo en actividades designadas	Coeficiente de correlación	,462**	,420**	,259**	,396**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,009	0,000
	N	100	100	100	100
22. Puedo coordinar rápidamente con mi equipo de trabajo	Coeficiente de correlación	,424**	,365**	0,195	,324**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,052	0,001
	N	100	100	100	100

23. Mis clientes están satisfechos con el servicio ofrecido	Coeficiente de correlación	0,073	0,063	0,110	-0,045
	Sig. (bilateral)	0,470	0,532	0,274	0,653
	N	100	100	100	100
24. La utilización de las TIC mejora la competitividad del negocio	Coeficiente de correlación	,285**	,235*	0,083	,222*
	Sig. (bilateral)	0,004	0,019	0,411	0,026
	N	100	100	100	100
25. Inexistencia de un presupuesto	Coeficiente de correlación	-0,058	-0,077	-0,066	-0,054
	Sig. (bilateral)	0,564	0,449	0,515	0,596
	N	100	100	100	100
26. Inexistencia de planes de capacitación	Coeficiente de correlación	-0,168	-0,144	-0,149	-0,152
	Sig. (bilateral)	0,094	0,152	0,140	0,131
	N	100	100	100	100
27. Fuentes de distracción	Coeficiente de correlación	-0,180	-0,087	-0,124	0,008
	Sig. (bilateral)	0,073	0,391	0,218	0,934
	N	100	100	100	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

APRECIACIÓN

Tema: Incursión de las TIC y la gestión de información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	✓	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		✓

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	✓			
Claridad en la redacción de las preguntas		✓		
Pertinencia de la variable con los indicadores	✓			
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de la aplicación		✓		
Validez de contenido del cuestionario	✓			

Observaciones:

Cambiar la estructura de preguntas señalados.

Identificación del experto

Validado por:	César M. Colvache Vargas
Profesión:	ING. SISTEMAS
Lugar de Trabajo:	U.T.A. (FCADT)
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	05-12-2022
E-mail:	cm.colvache@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0987844017
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

APRECIACIÓN

Tema: Incursión de las TIC y la gestión de información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato.

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.		
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		x		
Claridad en la redacción de las preguntas			x	
Pertinencia de la variable con los indicadores			x	
Relevancia del contenido			x	
Factibilidad de la aplicación			x	
Validez de contenido del cuestionario			x	

Observaciones:

Identificación del experto

Validado por:	PATRICIO MEDINA
Profesión:	DOCTOR EN CIENCIAS
Lugar de Trabajo:	UTA
Cargo que desempeña:	DOCENTE
Lugar y fecha de validación:	PARASITO 29-11-2022
E-mail:	PATRICIO.MEDINA@UTA.EDU.EC
Teléfono o celular:	
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

OBJETIVO: Recopilar información sobre la incursión de las TICS y la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la ciudad de Ambato

INSTRUCCIONES:

- Solo puede elegir una alternativa en cada pregunta.
- 1. Indique el grado de frecuencia del uso de herramientas tecnológicas, siendo (1= Nunca; 5= Siempre).

Uso de herramientas tecnológicas		1	2	3	4	5
1	Uso el internet para desarrollar mis actividades laborales					
2	Uso teléfonos inteligentes en horas laborales					
3	Uso las TIC y herramientas tecnológicas para capacitaciones.					
4	Uso las TIC para mejorar el desempeño laboral					

- 5. ¿Tiene su empresa sitio o página Web?
 SI
 NO
- 6. ¿Utiliza su empresa los siguientes Medios sociales?

Medios sociales		SI	NO
6	Redes Sociales (Facebook, WhatsApp)		
7	Blogs de empresas o micro blogs (Twitter)		
8	Webzines que comparten contenido multimedia (YouTube, Instagram...)		

- 9. Indique el grado de frecuencia de las TIC en los procesos financieros, siendo (1=Nunca 5= Siempre)

Las TIC en los procesos financieros		1	2	3	4	5
9	Tengo eficiencia en el proceso de toma de decisiones del área financiera					
10	Brinda las herramientas necesarias para la toma de decisiones					
11	Permite mejorar la administración en el área financiera					
12	Brinda seguridad en el manejo de la información y decisiones tomadas.					

- 13. Indique el grado satisfacción por el uso de las TICS en los procesos empresariales (1=Totalmente en desacuerdo 5= Totalmente de acuerdo)

Comunicación		1	2	3	4	5
14	Facilita la comunicación directa con los clientes					
15	Permite comunicarse con los miembros de la organización de manera oportuna					
16	Permite tomar una decisión coordinada con el grupo de trabajo					

17. Indique el grado de frecuencia de usabilidad de programas en la empresa, siendo (1=Nunca 5= Siempre)

Uso de programas		1	2	3	4	5
17	Gestión contable					
18	Control de personal					
19	Manejo de inventarios					
20	Ventas					
21	Elaboración de informes financieros					

22. Indique el grado de eficiencia con el uso de las Tics y la gestión de información, siendo (1=Nunca 5= Siempre)

Eficiencia		1	2	3	4	5
22	Puedo optimizar mi tiempo entre actividades asignadas					
23	Puedo coordinar rápidamente con el equipo de trabajo					
24	Mis clientes estan satisfechos por el servicio entregado					
25	La utilización de las TIC mejoran la competitividad del negocio					

26. Limitaciones del uso de las Tics y la gestión de información, siendo (1=Nunca 5= Siempre)

Limitaciones		1	2	3	4	5
26	Inexistencia de un presupuesto					
27	Inexistencia de planes de capacitacion					
28	Fuente de distraccion					

29.- ¿Cuál de los siguientes factores impulsaría la aplicación de las tics en su establecimiento?

Aplicación TIC		SI	NO
29	Requerimientos gubernamentales		
30	Modernización procesos operativos y de gestión		
31	Contar con tecnología flexible y adaptable a las necesidades		
32	Tener acceso a la información financiera del negocio		

Perfil Sociodemográfico

Sexo

Femenino ___
Masculino ___

Edad

Menor a 22años ___
23 – 28 ___
29 – 35 ___
Mayor a 36 años ___

Tiempo de la empresa en el mercado

Menor a 1 año ___
De 1 a 3 años ___
De 4 a 5 años ___
Más de 5 años ___

Formación educativa del administrador

Bachillerato ___
Pregrado ___
Posgrado ___

Gracias por su tiempo

