



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**EL USO DE LAS TIC'S EN LA EMPRESA DISTROM S.A Y SU  
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO COMERCIAL.**

**PILATAXI GUAMAN MAYRA FERNANDA  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TITUANA MORA MILENA THAIS  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA  
2024**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**EL USO DE LAS TIC'S EN LA EMPRESA DISTROM S.A Y SU  
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO COMERCIAL.**

**PILATAXI GUAMAN MAYRA FERNANDA  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TITUANA MORA MILENA THAIS  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA  
2024**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTOS INTEGRADORES**

**EL USO DE LAS TIC'S EN LA EMPRESA DISTROM S.A Y SU  
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO COMERCIAL.**

**PILATAXI GUAMAN MAYRA FERNANDA  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TITUANA MORA MILENA THAIS  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MORA SANCHEZ NORMAN VINICIO**

**MACHALA  
2024**

# El uso de las TICS en la empresa DISTROM S.A. y su incidencia en el desarrollo comercial

por Pilataxi Guaman Mayra Fernanda – Tituana Mora Milena Thais

---

**Fecha de entrega:** 01-ago-2024 12:11p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2425870424

**Nombre del archivo:** en\_el\_desarrollo\_comercial\_TITUANA\_MILENA\_PILATAXI\_MAYRA\_G.docx (2.85M)

**Total de palabras:** 13258

**Total de caracteres:** 77000

# El uso de las TICS en la empresa DISTROM S.A. y su incidencia en el desarrollo comercial.

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**2**%

INDICE DE SIMILITUD

**0**%

FUENTES DE INTERNET

**2**%

PUBLICACIONES

**2**%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

**1**

**Submitted to Universidad Técnica de Machala**

Trabajo del estudiante

**2**%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 2%

Excluir bibliografía

Activo

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, PILATAXI GUAMAN MAYRA FERNANDA y TITUANA MORA MILENA THAIS, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado EL USO DE LAS TIC'S EN LA EMPRESA DISTROM S.A Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO COMERCIAL., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



PILATAXI GUAMAN MAYRA FERNANDA

0750541963



TITUANA MORA MILENA THAIS

0706405115

## DEDICATORIA

A mis amados padres, César Pilataxi Janeta y María Manuela Guamán Guayanlema, por ser mi fuente inagotable de inspiración, amor y apoyo incondicional ya que a su vez han sido mi mayor fuente de fortaleza porque he visto el esfuerzo que realizan a diario a pesar de las adversidades que han existido, eso me hace sentirme orgullosa de los grandes padres que tengo. Gracias por enseñarme a luchar por mis sueños, a seguir adelante y por ser mi ejemplo de perseverancia y dedicación.

A mis hermanos, Diego Armando, Dennis Ariel, Jostyn Mihail, César Damián, Erick Fabricio y Jaredh Josías, por estar siempre a mi lado, ser mi soporte total en todo momento compartiendo alegrías y dificultades. Cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en mi vida, y su presencia ha sido fundamental en este trayecto de mi vida profesional. Del cual siempre he contado con su apoyo constante de pesar de la distancia.

A mi única hermana, Aida Luzmila, quien ha sido mi compañera, amiga y confidente, brindándome su apoyo incondicional y alentándome a seguir adelante además por ser aquella luz que ilumina mis días con su cariño y sabiduría a pesar de tener diferencias siempre ha estado para mí en todo momento. Tu compañía y apoyo han sido un regalo invaluable en este viaje académico.

Y a mi mejor amiga, Jennifer Leonor Rodríguez Paltán, por su amistad sincera, su comprensión, su apoyo constante y por estar a mi lado en cada paso de este camino.

A mis cuñados, Yessenia Aguinsaca y Alonso Herrera, por su apoyo y afecto.

Y a mis sobrinos, Nathan Zabdiel y Yilliams Alondra, por su alegría y energía, que siempre iluminan mis días.

Este logro es tanto mío como de ustedes, y lo dedico con todo mi amor y gratitud.

- *Mayra Fernanda Pilataxi Guamán*

En cada logro y en cada paso de este viaje, he encontrado inspiración y fortaleza en las personas más queridas para mí. Con el corazón rebosante de gratitud, dedico este proyecto a quienes han sido mi roca, mi guía y mi luz en los momentos de desafío.

Para mi mamá, Ivonne Johanna Mora Lascano, quien es mi mayor fortaleza en la vida. Tu amor incondicional y tu apoyo constante han sido el pilar que me ha sostenido a lo largo de todo este proceso. Este logro es un reflejo de tu dedicación y sacrificio, y no hay palabras suficientes para agradecer todo lo que has hecho por mí.

Para mi papá, Segundo Nelson Tituana Sánchez, cuya guía y aliento han sido una fuente constante de motivación. Tu confianza en mí y tu apoyo inquebrantable han sido esenciales para alcanzar mis metas y seguir adelante con determinación.

A mi abuelo, Jorge Manuel Mora Martinez, por tu sabiduría y por ser un ejemplo de perseverancia. Tu apoyo moral y tus consejos han iluminado mi camino, y estoy profundamente agradecido por todo lo que has hecho para ayudarme a llegar hasta aquí.

Y, por último, pero no menos importante, a mi hermana pequeña, Ainhoa Nohelia Tituana Mora. Tu alegría contagiosa y tu dulzura, con solo 7 años, han añadido un brillo especial a mi vida. Tu sonrisa y entusiasmo han sido una fuente de inspiración y una razón para seguir adelante con optimismo.

- *Milena Thais Tituana Mora*

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, quien me ha guiado y fortalecido en cada paso de este camino.

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres, César Pilataxi Janeta y María Manuela Guamán Guayanlema. Su fe en mí ha sido el motor que me ha impulsado a seguir adelante.

A mis queridos hermanos, Diego Armando, Dennis Ariel, Jostyn Mihail, César Damián, Erick Fabricio y Jaredh Josías, así como a mi única hermana Aida Luzmila, les agradezco por su respaldo, comprensión, paciencia y apoyo inquebrantable a lo largo de mi trayectoria académica, y por estar siempre a mi lado en cada paso de este camino. Su apoyo ha sido esencial para alcanzar este logro. Cada uno de ustedes ha contribuido a mi formación, y me han mostrado el significado de la unión y el respaldo familiar.

Un agradecimiento especial a mi mejor amiga, Jennifer Leonor Rodríguez Paltán, cuya amistad ha sido esencial en los momentos más difíciles y en los más felices, por estar siempre dispuesta a escucharme, por brindarme tu apoyo incondicional a lo largo de este camino.

Finalmente, extendiendo mi gratitud a mis cuñados, Yessenia Aguinaca y Alonso Herrera, por su afecto y por ser parte de esta gran familia que me ha acompañado en cada paso de mi vida académica.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento por haber confiado en mí desde el día uno, incluso en los momentos que yo misma duda. Este logro no habría sido posible sin cada uno de ustedes.

Este trabajo es el reflejo del esfuerzo conjunto de todos ustedes, quienes han sido una fuente inagotable de inspiración y motivación para mí. ¡Gracias de corazón!

- *Mayra Fernanda Pilataxi Guamán*

En primer lugar, deseo expresar mi agradecimiento al tutor del proyecto integrador, Dr. Norman Vinicio Mora, por la dedicación y apoyo que me ha brindado, por su orientación y atención a mis consultas sobre metodología.

Quiero extender un especial agradecimiento a mi mamá, Ivonne Johanna Mora Lascano, cuya paciencia, amor incondicional y apoyo constante han sido una fuente de inspiración y fortaleza en cada paso de este proceso. Su creencia en mis capacidades y su aliento inquebrantable han sido fundamentales para alcanzar mis metas.

A mi abuelo, Jorge Mora, le debo un profundo agradecimiento por sus sabias enseñanzas y por el ejemplo de integridad y perseverancia que siempre ha sido para mí. Su apoyo moral y sus consejos han sido invaluable en el camino hacia la culminación de este proyecto.

Finalmente, mi sincero agradecimiento a mi papá, Segundo Nelson Tituana Sánchez, por su apoyo incondicional y su confianza en mí. Su guía y motivación me han inspirado a esforzarme al máximo y a no rendirme frente a los desafíos.

- *Milena Thais Tituana Mora*

## **RESUMEN**

En la empresa DISTROM S.A., el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) ha sido fundamental para su desarrollo comercial. Estas tecnologías han permitido a la empresa optimizar procesos, mejorar la comunicación interna y externa, y fortalecer la toma de decisiones estratégicas, lo que ha impactado positivamente en su competitividad en el mercado.

El empleo de sistemas de gestión empresarial, ha permitido integrar sus operaciones, desde la gestión de inventarios hasta la atención al cliente, facilitando un flujo de información más eficiente y preciso. Esto ha reducido tiempos de respuesta y errores operativos, mejorando así la satisfacción del cliente y la eficiencia organizacional.

Además, el uso de plataformas de comercio electrónico y marketing digital ha ampliado el alcance de la empresa, permitiéndole llegar a un público más amplio y diversificado. Las redes sociales, en particular, han sido clave para la promoción de productos y servicios, generando mayor visibilidad y atrayendo nuevos clientes. Esto ha resultado en un aumento significativo en las ventas y en la fidelización de los clientes existentes.

La implementación de TICs también ha permitido a DISTROM S.A. adaptarse rápidamente a cambios en el entorno empresarial, como la digitalización acelerada debido a la pandemia de COVID-19. La empresa ha podido mantener la continuidad de sus operaciones y explorar nuevas oportunidades de negocio en un contexto de creciente incertidumbre.

Han incidido directamente en su desarrollo comercial, proporcionando herramientas que han mejorado la eficiencia operativa, ampliado el alcance del mercado y fortalecido la capacidad de adaptación de la empresa, lo que ha contribuido a su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Palabras claves: Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC's), Uso de las TIC's en las empresas, Desarrollo Comercial, El desarrollo comercial en las empresas.

## **ABSTRACT**

In DISTROM S.A., the use of Information and Communication Technologies (ICTs) has been fundamental for its business development. These technologies have allowed the company to optimize processes, improve internal and external communication, and strengthen strategic decision making, which has had a positive impact on its competitiveness in the market.

The use of business management systems has allowed the company to integrate its operations, from inventory management to customer service, facilitating a more efficient and accurate flow of information. This has reduced response times and operational errors, thus improving customer satisfaction and organizational efficiency.

In addition, the use of e-commerce and digital marketing platforms has expanded the company's reach, enabling it to reach a wider and more diversified audience. Social networks, in particular, have been key to promoting products and services, generating greater visibility and attracting new customers. This has resulted in a significant increase in sales and in the loyalty of existing clients.

The implementation of ICTs has also enabled DISTROM S.A. to adapt quickly to changes in the business environment, such as accelerated digitalization due to the COVID19 pandemic. The company has been able to maintain the continuity of its operations and explore new business opportunities in a context of growing uncertainty.

They have directly impacted its business development, providing tools that have improved operational efficiency, expanded market reach and strengthened the company's adaptability, which has contributed to its long-term growth and sustainability.

**Keywords:** Information and Communication Technology (ICT's), Use of ICT's in companies, Business Development, Business development in companies.

## Contenido

<b>CAPITULO I: PLENTAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	8
<b>1.1. Objeto de la Investigación</b> .....	8
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	10
<b>1.2. Planteamiento del Problema</b> .....	10
<b>3. Justificación</b> .....	11
<b>1.4. Objetivos de la investigación</b> .....	13
<b>1.4.1. Objetivo General</b> .....	13
<b>1.4.2. Objetivos específicos</b> .....	13
<b>CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO</b> .....	14
<b>MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL</b> .....	16
<b>2.2. Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC's)</b> .....	16
<b>2.2.1. Características de las TIC's</b> .....	17
<b>2.2.2. Uso de las TIC's en las empresas</b> .....	18
<b>2.2.3. Objetivos estratégicos de las TIC's en el ámbito empresarial</b> .....	19
<b>2.2.4. Ventajas y desventajas del uso de las TIC's</b> .....	19
<b>2.2.5. Impacto de las TIC's en las organizaciones</b> .....	20
<b>2.2.6. Aplicación de las TIC's en el ámbito empresarial</b> .....	21
<b>2.2.7. Integración de la TIC's en los procesos</b> .....	22
<b>2.2.8. Desafíos para integrar las TIC's en el ámbito empresarial</b> .....	22
<b>2.2.9. Modelo innovador basado en las TIC'S</b> .....	22
<b>2.3. Desarrollo Comercial</b> .....	23
<b>2.3.1 El desarrollo comercial en las empresas</b> .....	23
<b>2.4. ¿El uso de las TICs es relevante en la empresa DISTROM S.A.?</b> .....	24
<b>2.5. ¿El desarrollo de una empresa depende del uso de las TIC's?</b> .....	24
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO</b> .....	26
<i>Diseño de investigación</i> .....	26
<b>3.2. Nivel de investigación</b> .....	26
<b>3.3. Diseño de investigación</b> .....	27
<b>3.4. Métodos de investigación</b> .....	27
<b>3.5. Instrumento de recolección de datos</b> .....	28
<b>3.5.1. Población Universo</b> .....	28
<b>3.5.2. Población objeto de estudio</b> .....	28
<b>3.5.3. Tamaño de la muestra.</b> .....	28
<b>3.6. Técnicas de recolección de datos</b> .....	29

<b>3.6.1. Encuesta</b> .....	29
<b>3.6.2. Entrevista</b> .....	29
<b>3.7. Presentación de resultados.</b> .....	<b>30</b>
<b>3.8. Análisis de resultados.</b> .....	<b>35</b>
<b>3.9. Interpretación de los resultados</b> .....	<b>36</b>
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>39</b>
<b>4.1. Análisis de resultados</b> .....	<b>39</b>
<b>4.2. Contrastación teórica de resultados</b> .....	<b>39</b>
<b>4.3. Propuesta</b> .....	<b>40</b>
<b>4.4. Valoración de la factibilidad: Dimensiones Técnica-económica-social-ambiental</b> .....	<b>41</b>
<b>4.4.1. Dimensión Técnica</b> .....	41
<b>4.4.2 Dimensión Económica</b> .....	43
<b>4.4.3. Dimensión Social</b> .....	43
<b>4.4.3. Dimensión Ambiental</b> .....	44
<b>CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>46</b>
<b>5.1. CONCLUSIONES</b> .....	<b>46</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>46</b>
Bibliografía .....	48
<b>ANEXOS</b> .....	<b>55</b>
Ilustración 1 Formula finita .....	28
Grafica 1 Calidad de atención al cliente .....	30
Grafica 2 Capacitaciones de atención al cliente. ....	30
Grafica 3 Nivel de uso de las TICS .....	31
Grafica 4 Utilización de las TICS en la empresa. ....	31
Grafica 5 Atención que le brindan los trabajadores. ....	32
Grafica 6 Desarrollo comercial de los productos.....	32
Grafica 7 Campañas publicitarias.....	33
Grafica 8 Marketing de la empresa. ....	33
Grafica 9 Relación cliente empresa. ....	34
Grafica 10 Modelo innovador basado en las TICS .....	34

Google Maps 1 Ubicación de la empresa Multipernos.....	42
Organigrama 1 Estructura de la empresa Distrom S.A.....	42
Anexo 1 Patente Municipal.....	55
Anexo 2 Permiso del Cuerpo de Bomberos.....	55
Anexo 3 Permiso Anual.....	55
Anexo 4 Balance General.....	56
Anexo 5 Estado de resultados.....	58

## **CAPITULO I: PLENTAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Objeto de la Investigación**

En la actualidad, las TIC'S (Tecnologías de la Información y Comunicación) han adquirido un papel fundamental en diversos ámbitos, abarcando desde escenarios culturales hasta políticas públicas y agendas gubernamentales. Su alcance se esparce más allá del entorno educativo, traspasando también la gestión de la información ciudadana (Vasquez, 2021) señala que todas las empresas se encuentran frente a nuevas tendencias en el uso de herramientas tecnológicas, especialmente en áreas cruciales como la administrativa y el marketing.

A pesar de estas tendencias, se observa una brecha significativa, especialmente en las empresas de pequeña escala, conocidas como Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), donde la adopción de herramientas TIC's es limitada. Este fenómeno, según la investigación de (Ferrer, 2021), se convierte en un obstáculo que impide a estas empresas aprovechar completamente las oportunidades de crecimiento disponibles en el panorama empresarial actual.

El estudio de las TIC's brinda a los emprendedores o empresarios una visión más completa de cómo usar estas tecnologías y como sacarle el mayor provecho posible logrando resultados más auspiciosos para sus negocios. En las PYMES muchos gerentes omiten el uso de estas tecnologías porque simplemente creen que no se necesitan aplicar debido a su costo y teniendo en consideración el tamaño de la entidad (Buenrostro y Hernández, 2019).

Es de vital importancia el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el ámbito empresarial ha crecido de manera continua mediante la puesta en marcha de tácticas y planes que permiten su incorporación en las organizaciones. Prueba de ello existen empresas que logran ser competitivas gracias al adecuado manejo de información existente.

La incorporación de las TIC's en las Mipymes, impulsa el crecimiento de la economía y la generación de valor. El modelo muestra que hay algunos sectores que son menos propensos a incorporar las TIC's en los procesos internos en particular, la manufactura y el esparcimiento, hoteles y restaurantes, por lo que es necesario establecer estrategias de apoyo para impulsar su adopción en las Mipymes del estado (Lion, 2019).

Asimismo, un mayor conocimiento de los directivos en relación con el valor que incorpora las TIC's dentro de los procesos es un factor para impulsar usos más complejos y eficientes del gasto en tecnología, a través de la adquisición de equipamiento y software que responda a las necesidades de las empresas.

Es una empresa consolidada en el sector comercial, se especializa en la venta al por menor de partes y accesorios para vehículos automotores. Además, ofrece servicios de venta al por mayor de artículos de ferretería. La sede principal de la empresa se encuentra en la provincia de El Oro, con ubicación específica en el cantón Machala, situada en la calle Vela entre Arizaga y General Manuel Serrano. Desde el 25 de octubre de 2010, ha prestado sus servicios a la ciudadanía, destacándose por su compromiso en brindar una atención al cliente de alta calidad.

Se ha experimentado valiosos volúmenes de ventas al establecer colaboraciones tanto con entidades privadas como con organismos municipales del Estado. Internamente, la empresa ha sido acogida favorablemente, respaldada por un colaborador destacado dentro de la organización. Este miembro aporta su amplio conocimiento y vasta experiencia en ventas, siendo reconocido tanto por un electricista como por un dueño de empresa. A pesar de estos éxitos, aún no se aprovechan completamente los beneficios de las TIC's en el desarrollo comercial limitando la adquisición de nuevos clientes y proveedores.

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### 1.2. Planteamiento del Problema

Según (Chamba, 2023), el año 2020 marcó un periodo trascendental a raíz de la pandemia mundial del virus del Covid-19. Durante este lapso, se implementaron medidas de cuarentena domiciliaria y cierre de actividades económicas en todos los países, junto con restricciones significativas en la movilidad humana en las calles. Estos eventos incitaron cambios centrales tanto en las dinámicas empresariales como en la vida diaria de las personas. Como respuesta a este escenario, tanto las empresas como los individuos se vieron obligados a adoptar servicios digitales, dando lugar al aumento significativo del uso de las TIC's para la comercialización de servicios y mercancías.

En América Latina las PYMES representan un papel crucial en la creación de nuevas oportunidades laborales; pero también cuentan con diferentes obstáculos para su expansión como la falta de estabilidad en las leyes que manejan los gobiernos; los empresarios no cuentan con una adecuada preparación para llevar adelante estos proyectos y por supuesto la falta de dinero para continuar avanzando.

En la actualidad, el papel de las TIC's en el entorno empresarial es decisivo para el desarrollo y la competitividad. En este contexto, la empresa DISTROM S.A se encuentra inmersa en un escenario dinámico donde la adopción y eficiente utilización de las TIC's puede influir significativamente en su desarrollo comercial. Sin embargo, surge la necesidad de evaluar la verdadera incidencia de estas tecnologías en los procesos comerciales de la empresa.

A pesar de la creciente presencia de las TIC's en el mundo empresarial, es esencial abordar cuestionamientos específicos relacionados con su implementación se plantea el problema de la siguiente manera:

**¿Cuál es la incidencia del uso de las TICs en el desarrollo comercial de la empresa DISTROM S.A.?**

Este planteamiento del problema busca explorar a fondo la relación entre el uso de las TIC's y el desarrollo comercial, identificando posibles brechas, desafíos y áreas de mejora. A través de esta investigación, se busca proporcionar recomendaciones fundamentadas que permitan a la empresa maximizar los beneficios de las TIC's, superar obstáculos y avanzar hacia una posición más sólida y competitiva en el mercado.

En definitiva, el sector organizacional busca la importancia del desarrollo comercial en la capacidad de generar flujos de ingresos los cuales van a estar determinadas por las posibilidades de liquidez necesarias para el funcionamiento de la empresa y su inversión.

En ese mismo contexto, a su vez será el motor que permitirá la ampliación del alcance del mercado para que se pueda expandir a nivel nacional, al mismo tiempo se debe considerar la sagacidad de la gerencia administrativa para poder acaparar las necesidades de los clientes, tanto en las preferencias de productos y marcas, de este modo garantizamos una oportuna optimización dentro de la organización, de tal forma que obtendremos un aumento en el desarrollo de la clave comercial.

Se debe coordinar el trabajo en equipo reforzar y dar conocimiento al personal de ventas y atención al cliente para poder cubrir cada una de sus necesidades.

### **3. Justificación**

En la actualidad, vivimos un punto de inflexión en el desarrollo de la economía digital en América Latina y el Caribe, con progresos y rezagos. Por una parte, en varios países, luego de décadas de implementación de estrategias y políticas de apoyo a la difusión de las TIC's, constatamos que estas tienen un impacto positivo en el crecimiento económico, la inversión tecnológica, la estructura productiva y el comportamiento de las empresas y los consumidores (CEPAL, 2023). En este contexto, la empresa DISTROM S.A se encuentra inmersa en un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo. La integración efectiva de las TIC's se presenta como un factor crucial para el desarrollo comercial y la sostenibilidad a largo plazo de la organización.

Se enfrenta al desafío de aprovechar plenamente las oportunidades que ofrecen las TIC's. Aunque la empresa ha implementado algunas soluciones tecnológicas, es necesario realizar una investigación exhaustiva para comprender a fondo cómo las TIC's están siendo utilizadas en la organización y cómo estas afectan directamente el desarrollo comercial.

Desarrollar la investigación sobre el uso de las TIC's resulta altamente conveniente y de gran aporte estratégico. La investigación permitirá comprender los procesos administrativos que fundamentan con precisión los tipos de TIC's empleadas en sus operaciones. Mediante este análisis minucioso, permitirá proponer un modelo innovador

basado en las TIC's, de esta manera, se potenciará y optimizará la actividad comercial de la empresa.

Esta investigación se propone abordar de manera específica los siguientes objetivos: establecer los procesos administrativos que se realizan y se puede identificar qué tipos de tecnologías de la información y la comunicación empleadas en las operaciones de la empresa y por último proponer un modelo innovador basado en las TIC's para desarrollar la actividad comercial.

La investigación asumirá un enfoque mixto, de tal manera, que se combinarán métodos cualitativos y cuantitativos. Para establecer los procesos administrativos, se empleará la observación directa. Para cumplir con el objetivo de identificar los tipos de tecnologías de la información y la comunicación que emplea en la empresa se aplicará una encuesta a los colaboradores.

La relevancia social de la investigación radica en su potencial para impulsar el desarrollo y la modernización de las empresas, lo que genera un impacto positivo en la sociedad en diversos aspectos. Al investigar el uso de las TIC's en la empresa DISTROM S.A, es posible identificar prácticas innovadoras que podrían ser adoptadas por otras empresas, fomentando así la difusión generalizada de estas tecnologías y contribuyendo al avance tecnológico a nivel empresarial. Además, al emplear las TIC's en la empresa se promueve la eficiencia y la competitividad, lo cual se puede traducir en un crecimiento empresarial, la creación de empleos y una mayor satisfacción para los clientes.

Las implicaciones prácticas de esta investigación son significativas, ya que pueden contribuir a resolver diversos problemas empresariales y mejorar la eficacia operativa de las organizaciones. La integración de las TIC's, puede mejorar los procesos administrativos y comerciales, optimizar la gestión de recursos, comunicación interna y externa, así como la toma de decisiones. Además, al proponer un modelo innovador basado en las TIC's, es posible abordar desafíos relacionados con la competitividad, expansión del mercado y retención de clientes. En última instancia, estas mejoras pueden tener un impacto positivo en la productividad, rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Se prevé que los resultados de esta investigación suministren una comprensión más amplia de la relación entre las TIC's y el desarrollo comercial. Las recomendaciones

resultantes se convertirán en herramientas estratégicas para mejorar la eficiencia, la competitividad y el crecimiento sostenible de la empresa en el contexto digital actual.

El valor teórico de esta investigación reside en su capacidad para generar nuevo conocimiento y significativo en el campo del uso de las TIC's en el ámbito empresarial. Al analizar el impacto de las TIC's y proponer un modelo innovador basado en estas tecnologías, se puede contribuir al avance del conocimiento sobre cómo las empresas pueden aprovechar las TIC's para mejorar su eficacia operativa, competitividad y sostenibilidad. Además, esta investigación puede ayudar a identificar mejores prácticas en el uso de las TIC's en el sector empresarial, proporcionando información valiosa para futuros estudios y proyectos relacionados.

La utilidad metodológica de esta investigación se encuentra en su enfoque sistemático y riguroso para recopilar, analizar e interpretar datos relacionados empleando métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, como entrevistas a los colaboradores y observación directa, se puede obtener información valiosa sobre la implementación y el impacto de las TIC en el desarrollo comercial de la empresa.

Esta investigación es esencial para garantizar que DISTROM S.A se posicione de manera óptima en el panorama empresarial actual y aproveche al máximo las oportunidades que las TIC's ofrecen para su desarrollo comercial.

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **1.4.1. Objetivo General**

- Analizar el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en la empresa DISTROM S.A, y su incidencia en el desarrollo comercial.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Establecer los procesos administrativos que se realizan en la actividad comercial de la empresa DISTROM S.A.
- Identificar los tipos de tecnologías de la información y la comunicación empleadas en la distribución de DISTROM S.A.
- Proponer un modelo innovador basado en las TIC's para desarrollar la actividad comercial en la empresa DISTROM S.A.

## **CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO**

### **2.1 Revisión sistemática de la literatura**

La investigación realizada por (Cedeño y Townsend, 2021), titulada "Evaluación de la inversión en TIC's como factor de competitividad de las empresas PYMES del cantón Guayaquil", los investigadores se proponen el objetivo de evaluar la inversión utilizando la metodología Balanced Scorecard de TI, propuesta por el autor Van Grembergen. Este enfoque analiza la orientación a la empresa, la orientación al usuario, la excelencia operativa y la orientación futura. Para enriquecer este enfoque, se incorporaron indicadores del modelo de gestión de TI IT4+, diseñado por el Ministerio de Telecomunicaciones de Colombia.

La muestra empleada en esta investigación incluye 383 empresas, y la metodología aplicada por (Morales et al., 2022) es de naturaleza correlacional. Esto se debe a que demostraron la relación existente entre las variables de tecnologías de la información y comunicación y la variable de competitividad. El método de investigación utilizado es deductivo y longitudinal, complementado con la aplicación de encuestas a las empresas PYMES del cantón Guayaquil.

Los resultados alcanzados revelan que las PYMES del estudio prevalece la inversión en personal capacitado y con experiencia en tecnologías. De manera significativa, las TIC's se perfilan como aliadas estratégicas del usuario en este contexto empresarial. Estas revelaciones recalcan la importancia de la inversión en tecnologías de la información y comunicación como elemento clave para la competitividad de las empresas PYMES en el cantón Guayaquil.

(Cota y Gómez, 2023) han llevado a cabo una investigación titulada "Uso de las TIC en las Mipymes del sector turístico en Puerto Vallarta", con el objetivo principal de determinar las herramientas y plataformas tecnológicas empleadas frecuentemente por las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) dedicadas a servicios turísticos en Puerto Vallarta. La metodología adoptada en la investigación fue de tipo no experimental, descriptiva y transversal, con un enfoque cuantitativo. La población objeto de estudio comprendió a 50 individuos, a quienes se les aplicaron encuestas mediante correo electrónico y vía telefónica.

Los resultados obtenidos en la investigación de (Coronel, 2019) revelaron que las empresas analizadas cuentan con acceso a internet, así como con recursos informáticos como computadoras. Además, se identificó que poseen páginas web propias que utilizan para la promoción de productos, atención al cliente y gestión contable. Un hallazgo destacable es el alto nivel de adopción de tecnologías de información en el ámbito administrativo por parte de estas Mipymes. Asimismo, los resultados indicaron que las empresas consideran de gran importancia invertir en tecnologías de información, aunque los beneficios derivados de estas inversiones se proyectan a mediano y largo plazo. Este hallazgo sugiere una percepción estratégica y a largo plazo por parte de las empresas en cuanto a la incorporación y aprovechamiento de las TIC's en sus operaciones.

La incorporación de las TIC's en las micro, pequeñas y medianas empresas no solo posibilita resultados positivos, sino que también simplifica las labores de los colaboradores en la organización. Además, propicia una atención al cliente más eficiente y potencia el aumento de las ventas a través de la utilización de herramientas tecnológicas para la promoción de productos y servicios.

(Alderete y Porris, 2023) en su trabajo de investigación "Análisis de la adopción del comercio electrónico en PYMES y su vínculo con instituciones locales", se plantean realizar un análisis exploratorio minucioso de los niveles de adopción del comercio electrónico en un conjunto de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) ubicadas en Argentina. Trabajaron con una muestra de estudio de 154 PYMES de Bahía Blanca, seleccionadas de manera representativa debido a su vinculación con asociaciones empresariales o industriales. Los autores realizaron el estudio examinando y analizando el sitio web individual de cada empresa para determinar si existe un conjunto específico de características que determinan los niveles de adopción del comercio electrónico (ACE).

Los resultados obtenidos en la investigación realizada por (Maita, 2019) revelan que las empresas asociadas a estas instituciones relacionadas con el comercio electrónico exhiben un porcentaje de participación en redes sociales superior en comparación con aquellas que no tienen dicha afiliación. Este hallazgo sugiere una posible correlación entre la pertenencia a instituciones afines al comercio electrónico y la presencia y actividad de las empresas en redes sociales. El estudio también destaca el impacto significativo que la pandemia tuvo en las transacciones comerciales, señalando el papel crucial desempeñado por el comercio electrónico en este cambio. Las restricciones

impuestas por la pandemia, como el distanciamiento social y las limitaciones de movilidad, aceleraron la necesidad de adoptar soluciones digitales, lo que llevó a un aumento sustancial en la relevancia y utilización del comercio electrónico en las operaciones comerciales.

La investigación de (Sánchez, 2019) favorecen a la comprensión de la adopción del comercio electrónico en las MiPyMEs de Bahía Blanca, destacando las relaciones entre la pertenencia a instituciones locales y la presencia en redes sociales, mientras también subraya el papel clave del comercio electrónico en la transformación de las transacciones comerciales, especialmente en el contexto de la pandemia.

## **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **2.2. Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC's)**

(Gutierrez O. S., 2023) define a las TIC's como una herramienta tecnológica diseñada para el almacenamiento, procesamiento y transmisión de información. Surgen como mecanismos que impulsan la agilidad en la comunicación y la gestión administrativa, esto permite una innovación tecnológica.

El estudio de Baptista 2004, citado por (Loor, 2020) destaca que los procesos de innovación tecnológica en los métodos de gestión organizativa se pueden categorizar en cuatro dimensiones fundamentales:

1. Innovación tecnológica en producto:
  - Se refiere a la introducción de nuevos productos en el mercado. Esta dimensión implica la creación y lanzamiento de productos que presentan características novedosas y distintivas.
2. Innovación tecnológica en proceso:
  - Se concentra en la adopción de métodos de producción nuevos o mejorados. Aquí, la innovación se manifiesta en la optimización y modernización de los procesos de fabricación.

### 3. Innovación en organización:

- Consiste en introducir cambios en las formas de organización y gestión de la empresa. Esta dimensión implica ajustes en las estructuras internas, la asignación de recursos y la toma de decisiones.

### 4. Innovación en comercialización:

- Se focaliza en la introducción de métodos para la comercialización de productos nuevos. En esta categoría, la innovación se centra en estrategias y enfoques que facilitan la introducción efectiva de productos al mercado.

La clasificación propuesta por Baptista y cimentada por (Uribe et al., 2023) proporciona una visión sistemática de las diferentes facetas de la innovación tecnológica en el ámbito de la gestión organizativa, abarcando tanto la creación de productos como la mejora de procesos, la adaptación en la organización interna y las estrategias de comercialización.

En la sociedad actual también se puede mencionar que las TIC's se han convertido en herramientas de eficiencia, productividad, competitividad y desarrollo de las empresas, y los países de la región han reconocido la trascendencia de su implementación en el sector productivo, por eso se destaca la importancia de la medición de las transformaciones e impactos que han tenido las TIC's en la vida de las personas, en los diversos sectores de la sociedad y en las organizaciones (Saldaña et al., 2021).

#### **2.2.1. Características de las TIC's**

Las TIC's han llegado para simplificar nuestras vidas en diversos ámbitos (Flores y Flores, 2021), al referirse a Belloch (2012), destaca algunas de las características fundamentales de estas tecnologías.

1. **Información Multimedia:** Consiste en transmitir información multimedia de alta calidad, texto, imagen y sonido.
2. **Interactividad:** Facilita un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características específicas de los sujetos, según su interacción con la tecnología.

3. **Interconexión:** La interconexión implica la creación de nuevas posibilidades tecnológicas mediante la conexión entre dos tecnologías. Un ejemplo es la telemática, que combina la informática y las tecnologías de comunicación, dando lugar a nuevos recursos como el correo electrónico y los IRC.
4. **Inmaterialidad:** En términos generales, las TIC's se centran en la creación, el proceso y la comunicación de información. Esta información es principalmente inmaterial y puede ser trasladada de manera transparente e instantánea a lugares distantes.
5. **Mayor Influencia sobre los procesos que sobre los productos:** El uso de diferentes aplicaciones de las TIC's podría tener una influencia más marcada en los procesos mentales que llevan a cabo los usuarios para adquirir conocimientos, en comparación con la influencia sobre los conocimientos adquiridos en sí mismos

### **2.2.2. Uso de las TIC's en las empresas**

En el ámbito empresarial (Córdova et al., 2019) indican que las TIC's brindan diversos beneficios, como el ajuste del producto a la demanda, el perfeccionamiento de la calidad, relación eficaz entre clientes y proveedores, así como mejorar la entrega y ejecución de productos, incluso la generación de nuevos negocios. Asimismo, las TIC's desempeñan un papel crucial, el cual se centra en dos aspectos concretos. En primer lugar, se establecen como una solución integral para abordar problemas prácticos en el sistema de gestión empresarial. En segundo lugar, las TIC's ayudan a la toma de decisiones en la alta gerencia, responde a las necesidades e intereses de los colaboradores y clientes y gerentes de manera eficiente de forma rápida y trascendental.

Las nuevas estrategias tecnológicas han permitido a las empresas ecuatorianas situarse a la par con las compañías de otros países, permitiéndoles no solo mantenerse en el tiempo, sino también estar al día con los rápidos avances tecnológicos. Según (Peralta y Pico, 2022), las TIC's han provocado un cambio en la forma de vivir de las personas, dando lugar a una nueva forma de comunicación. En este sentido, el comercio electrónico se ha convertido en una estrategia moderna e innovadora que facilita a los usuarios la adquisición de productos de acuerdo a sus necesidades, agilizando los procesos de entrega y pago.

Los autores también destacan el papel del comercio electrónico, que implica realizar compras a través de dispositivos electrónicos con acceso a internet. En este tipo de comercio, se gestionan cobros y pagos mediante medios electrónicos, determinando la

dinámica de intercambio comercial en la sociedad actual. Este mecanismo no solo refleja una evolución en la forma en que se llevan a cabo las transacciones comerciales, sino que también subraya la importancia de adaptarse a estas tendencias para mantenerse competitivo en un entorno empresarial cada vez más digital.

### **2.2.3. Objetivos estratégicos de las TIC's en el ámbito empresarial**

(Olarte et al., 2023) enfatizan que los objetivos de las tecnologías de la información en una empresa u organización se dividen en los siguientes aspectos:

1. Contribución al Negocio:

- Establecer y mantener una imagen sólida con la administración.
- Aportar valor a la empresa.
- Inspeccionar los costos.
- Facilitar la venta de productos.

2. Orientación al Usuario:

- Establecer vínculos afectivos y relaciones positivas con los usuarios.
- Satisfacer de manera efectiva las necesidades del usuario.

3. Excelencia Operativa:

- Anticipar y ejercer liderazgo sobre las solicitudes de los usuarios, buscando una ejecución operativa eficiente y efectiva.

4. Orientación Futura:

- Buscar la mejora continua y permanente.
- Estar preparados frente a posibles dificultades que puedan surgir en el futuro.

Estos objetivos, según (Gualli, 2022), recalca la importancia estratégica de las tecnologías de la información en el contexto empresarial, ya que van más allá de la funcionalidad técnica, abordando aspectos cruciales para el éxito y la adaptabilidad a largo plazo de la organización.

### **2.2.4. Ventajas y desventajas del uso de las TIC's**

La incorporación de las TIC's en una empresa conlleva beneficios significativos, impulsando avances progresivos en su funcionamiento. Entre las numerosas ventajas que brinda, destaca la oportunidad de contar con un personal capacitado en el uso efectivo de

las TIC's. Además, esta integración permite la generación y procesamiento eficiente de mayor cantidad de información dentro de la organización. Facilita, asimismo, el intercambio fluido de comunicación y la realización de transacciones financieras, contribuyendo a optimizar las operaciones empresariales. Este enfoque tecnológico se traduce en un mejor desempeño en el mercado, propiciando el aumento de las ventas y elevando la calidad de satisfacción del cliente, como lo señala (Núñez, 2020).

### **2.2.5. Impacto de las TIC's en las organizaciones**

(Monterrosa et al., 2023) señalan que las TIC's tienen un impacto altamente positivo en las empresas. Estas herramientas agilitan el acceso, la creación y la distribución de la información, también optimizan el contacto con clientes y proveedores, reduciendo los costos de transacción. Además, contribuyen a la rápida toma de decisiones y añaden eficacia a los procesos administrativos de la empresa. Además, facilitan la incorporación de procesos de aprendizaje continuo. Utilizar las TIC's de manera adecuada en las empresas no solo se convierte en una necesidad, sino en una ventaja competitiva significativa para la organización.

Las empresas están experimentando una transformación marcada por el progreso del sector servicios, la globalización de los mercados y el constante avance de la tecnología. En este contexto dinámico, el impacto de las TIC's se vuelve cada vez más significativo, ya que contribuyen de manera creciente a facilitar las diversas actividades empresariales. De acuerdo con (Valenzuela et al., 2023), las empresas que no incorporan las TIC's en sus actividades corren el riesgo de quedar rezagadas, ya que estas tecnologías se han convertido en un elemento clave para prosperar en el entorno altamente competitivo que caracteriza a las organizaciones en la actualidad.

En la era actual, aquellas empresas que incorporan nuevas tecnologías logran destacarse en términos de competitividad. Los líderes empresariales aprovechan estas innovaciones para implementar estrategias efectivas y alinear sus objetivos con los de la organización. Las tecnologías de la información brindan un abanico de posibilidades, como los métodos avanzados para el procesamiento de datos, el aprovechamiento de Big Data para la toma de decisiones, el empleo de redes neuronales artificiales para evaluar el rendimiento de los empleados y realizar estudios de inversiones. También se recurre a procedimientos técnicos para el soporte operativo y a las redes sociales para una interacción eficiente con los clientes. Asimismo, la computación en la nube y el

aprendizaje en línea se utilizan para optimizar el uso de los recursos, entre otras aplicaciones (Bazán y Horna, 2024).

En cuanto a los aportes de las TIC's, destacan:

- Facilitar el acceso a la información.
- Proveer un procesamiento rápido y confiable de todo tipo de datos.
- Ofrecer canales de comunicación inmediata.
- Brindar capacidad de almacenamiento eficiente.
- Posibilitar la automatización de tareas.
- Favorecer la interactividad.
- Contribuir a la digitalización completa de la información.

La integración de estas capacidades se traduce en un impulso sustancial para la eficiencia y la efectividad en las operaciones empresariales.

#### **2.2.6. Aplicación de las TIC's en el ámbito empresarial**

La economía digital es una fuerza crucial para impulsar el cambio estructural, avanzar en la reducción de la desigualdad y fortalecer la inclusión social que tanto necesita el Ecuador. Su rol de catalizador del cambio requiere la construcción participativa de las estructuras organizativas y las capacidades institucionales para un real fomento del desarrollo de las pymes, la formulación e implementación de políticas industriales como incentivo a la inversión privada (Olmedo, 2022).

Las Tecnologías de la Información y Comunicación juegan un papel muy importante en el progreso de las sociedades del planeta, además de afectar a su funcionamiento tanto económico, cultural o social. Del mismo modo, están penetrando de forma directa en todos los ambientes de nuestra vida, gracias a ellas todo ha cambiado: la forma de vivir, de aprender, de relacionarse, de conocer, de trabajar y de investigar, y es debido entre otros motivos porque su materia prima, la información, es esencial en toda actividad humana.

La economía digital está constituida por la infraestructura de telecomunicaciones, las industrias TIC's (software, hardware y servicios TIC's) y la red de actividades económicas y sociales facilitadas por Internet, la computación en la nube y las redes móviles, las sociales y de sensores remotos (Manzanilla et al., 2023).

Cabe recalcar que la economía digital es un facilitador cuyo desarrollo y despliegue se produce en un ecosistema caracterizado por la creciente y acelerada convergencia entre diversas tecnologías, que se concreta en redes de comunicación (redes y servicios, redes fijas-móviles), equipos de hardware (móviles multimedia 3G y 4G), servicios de procesamiento (computación en la nube) y tecnologías web (Web 2.0).

### **2.2.7. Integración de la TIC's en los procesos**

(Solano, 2023) enfatiza que la incorporación de las TIC's en micro, pequeñas y medianas empresas tiene un impacto positivo en la comunicación interna, agilizando los procesos internos. Estos avances, a su vez, se traducen en una mayor satisfacción del cliente. Sin embargo, señalan una tendencia preocupante: muchas empresas adoptan la tecnología simplemente porque otras lo hacen, sin reconocer plenamente las ventajas que pueden obtener. Este enfoque superficial omite la capacidad de las TIC's para mejorar el rendimiento y la competitividad de la empresa, subestimando su potencial para adaptarse al dinámico mercado y perdurar en el tiempo.

### **2.2.8. Desafíos para integrar las TIC's en el ámbito empresarial**

Según (López, 2021), señala los principales desafíos que enfrentan las PYMES (pequeñas y medianas empresas) al momento de integrar las TIC's incluyen obstáculos financieros, falta de conocimiento técnicos y la ausencia de estudios de mercado, así como la necesidad de capacitación del personal. Los desafíos que mencionan los autores, reflejan la complejidad inherente al momento de implementar las TIC's en las PYMES. En primer lugar, el aspecto económico, el cual, se torna una barrera crítica, limitando la capacidad de las empresas invertir en tecnologías. Otro aspecto fundamental, es la falta de conocimiento en habilidades tecnológicas de los colaboradores.

### **2.2.9. Modelo innovador basado en las TIC'S**

En la actualidad, la sociedad está inmersa en una era digital, misma que requiere de manera constante del uso de las TICs, en cuanto al ámbito empresarial también se necesita que se apliquen estrategias que estén direccionadas con las tecnologías de la información, de tal manera según (Granados et al., 2020) en el ámbito industrial-contable se exponen modelos innovadores para lograr incrementar y estabilizar la economía de una empresa, mismas que buscan enfatizar técnicas de atención al cliente.

De acuerdo al autor mencionado anteriormente en empresas buscan crecer en el ámbito económico suelen aplicar el uso de IA o más conocido como Inteligencia Artificial, lo cual un servidor robótico satisface las necesidades de los clientes, así mismo se puede usar un Maching Learning para que una tecnología inteligente mediante algoritmos procese datos y exponga a los clientes opciones de acorde a sus necesidades, también se utiliza la realidad virtual para permitir a los clientes que conozcan más sobre la fabricación, resistencia y componentes de un producto.

### **2.3. Desarrollo Comercial**

El desarrollo comercial constituye un proceso integral destinado a fomentar el crecimiento y la expansión empresarial mediante la implementación de estrategias y acciones específicas diseñadas para elevar el volumen de ventas y ampliar la base de clientes. Este proceso involucra un análisis exhaustivo de la actividad comercial con el propósito de concebir, perfeccionar y ampliar los negocios o empresas mediante un respaldo activo y una inversión estratégica (Cedeño et al., 2020).

Según (Santistevan et al., 2022), el desarrollo comercial implica la articulación de diversos elementos que permiten a los empresarios guiar a sus compañías hacia el logro de sus metas. Estos elementos comprenden el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación. El desarrollo comercial se presenta como un concepto integrador que tiene el potencial de generar un impacto positivo significativo.

#### **2.3.1 El desarrollo comercial en las empresas**

Al referirse al desarrollo comercial, se establece una conexión directa con la innovación organizacional, la cual implica modificar el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos. Según (García et al., 2021), las empresas que innovan tienen la capacidad de incrementar su participación en el mercado, reducir los costos de producción y aumentar la rentabilidad.

Por otro lado, la innovación tecnológica en las empresas requiere la integración de conocimientos, tecnología, personas y recursos con el fin de añadir valor a un producto o servicio. De acuerdo con (Gutierrez A. C., 2023), la innovación abarca diversos aspectos:

- En el ámbito del producto/servicio, implica la introducción al mercado de un producto o servicio mejorado que presenta una diferenciación clara con respecto a las ofertas anteriores de la empresa.
- En cuanto al proceso, se refiere a la implementación de cambios en las operaciones de logística, fabricación o distribución para hacerlas más eficientes y productivas, con el objetivo de reducir costos y mejorar la calidad del producto.
- Desde la perspectiva comercial, se trata de adoptar un nuevo enfoque de comercialización que destaque por su diseño, presentación, precio o promoción, con el fin último de satisfacer las necesidades de los clientes.
- En el ámbito organizativo, implica la adopción de nuevos procedimientos dentro de la organización con el objetivo principal de mejorar los resultados empresariales.

#### **2.4. ¿El uso de las TICs es relevante en la empresa DISTROM S.A.?**

El uso de las TICs en cualquier ámbito es importante, por lo tanto, se debe usar de forma correcta, en este caso la empresa maneja o cuenta con una serie de aparatos informáticos que sirven para registrar los productos, códigos y ventas, sin embargo, es un sistema monótono que existe en todas las empresas. Por lo cual, al ser un sistema cotidiano utilizado en algunas empresas no genera espontaneidad e intriga al cliente para preferir comprar productos en dicha empresa y no en otras.

De acuerdo a (Pitre et al., 2020) se debe tomar en cuenta cualidades importantes para crecer en una empresa, estos son: la originalidad, creatividad, espontaneidad y promociones en los productos, hace que el cliente prefiera realizar compras en dicha empresa, esos aspectos son los que presentan la empresa en cuanto al uso de las TICs, sin embargo, se constatará dichos aspectos con la aplicación y recolección de información de las encuestas y entrevistas.

#### **2.5. ¿El desarrollo de una empresa depende del uso de las TIC's?**

Según los autores (Cárdenas et al., 2022) consideran que las tecnologías de la información y comunicación son un factor primordial para observar el desarrollo de una empresa, debido a que mediante una encuesta se puede calificar si el cliente ha visto una mejora en productos, atención o promociones de los productos. La mayor prioridad para una empresa es dar una buena atención y que sus productos sean de calidad, por lo cual

siempre descuidan la parte del marketing o uso de las TIC's para mejorar el desarrollo de la empresa.

Existen varios modelos innovadores que se pueden aplicar en empresas para mejorar el desarrollo, para (Checasaca et al., 2022) las TIC's se pueden aplicar en cualquier momento de una compra, incluso se puede ubicar un espacio para que el cliente que tenga algún reclamo pueda hacerlo dejando un antecedente para su respectivo pro-desarrollo. Por ejemplo, se puede aplicar una Inteligencia Artificial para que la persona que busque algún repuesto y no ubique su nombre, proceda a describirlo u observar el catálogo en la computadora, o también se puede aplicar un Machine Learning con la función de los algoritmos.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO

### *Diseño de investigación*

#### **3.1. Tipo de investigación.**

Según los autores (Guevara et al., 2020) la investigación descriptiva consiste en caracterizar un hecho, fenómeno, individuo o grupo para establecer su estructura o comportamiento. Este tipo de investigación permite identificar las características fundamentales del objeto de estudio y proporcionar una descripción detallada de sus componentes principales. También, facilita la determinación de las características de la población o muestra en estudio. Es crucial que estas características sean observables y verificables para asegurar la precisión y confiabilidad de los resultados obtenidos.

De la misma manera según (Guamán et al., 2021) manifiesta que la investigación es descriptiva porque tiene como objetivo caracterizar y describir varios aspectos relacionados con el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Este análisis comprende una descripción detallada de cómo se emplean las TIC

En la empresa y cómo este incide en el desarrollo comercial, es decir, se considera como un proceso que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, detallando cómo son y cómo se muestran. Su finalidad es detallar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos u objetos, que se someten a análisis.

#### **3.2. Nivel de investigación**

En la investigación se aplicó un nivel exploratorio-descriptivo, porque permite explorar aspectos positivos y negativos de la empresa y analizar su impacto en el desarrollo comercial. Esta mezcla de niveles nos permite detallar cómo se utilizan las TICs en la empresa, primero se identifica sus características para comprender cómo influyen en las actividades comerciales. Además, permite especificar las propiedades y características empleadas, detallando patrones de uso y áreas de mejora.

Finalmente se resume que, el nivel de investigación exploratoria-descriptiva es muy útil en el proyecto debido a su rol que cumple dentro del proceso metodológico, según (Del Castillo y Orobio, 2020) manifiesta que dicha mezcla contribuye a proporcionar una comprensión precisa del impacto de las TICs en el rendimiento comercial de la empresa,

permitiendo obtener un panorama completo de su influencia en el desarrollo de las actividades comerciales.

### **3.3. Diseño de investigación**

Según (Pardo y Villanueva, 2019) el diseño de investigación es la parte más relevante de un proyecto, debido a que, se medirá como se llevará a cabo la recopilación de información de los instrumentos aplicados. Se emplea el diseño no experimental que se aplicará de forma transversal, sabiendo que la información de este proyecto está sustentada en el marco teórico, así que será descriptiva para descifrar y exponer a cada detalle de la problemática establecida.

De la misma manera, el diseño no experimental, enfatiza varios procesos como la observación del fenómeno, con detalles precisos para luego analizarlo, y en cuanto a la modalidad transversal, se argumenta que, se recopila la información en un tiempo establecido, para observar y analizar los factores e incidencia en un tiempo establecido.

### **3.4. Métodos de investigación**

(Gomez, 2019) revela que el método inductivo-deductivo combina aspectos de dos enfoques de investigación, el inductivo y el deductivo. Este método, según describe el autor, comprende iniciar con la observación de datos específicos para identificar patrones o regularidades (inductivo). A partir de estas observaciones, se generan hipótesis o teorías generales que describen los patrones identificados (inductivo). Luego, se procede a una fase deductiva, en la que se derivan conclusiones de las hipótesis o teorías generales formuladas (deductivo). Estas conclusiones específicas pueden ser sometidas a prueba mediante la observación o la experimentación, lo que permite validar o refutar las hipótesis.

Este método permite explorar y entender las prácticas específicas de uso de las TIC's en la empresa. Se recopilan datos sobre cómo se utilizan las tecnologías, qué herramientas son más empleadas y cómo se integran en los procesos comerciales. Por otro lado, el método deductivo permite formular hipótesis o teorías generales sobre cómo el uso de las TICs puede influir en el desarrollo comercial de la empresa. A partir de aquello, se pueden formular conjeturas acerca de cómo el uso de las TICs podría impactar en el rendimiento comercial. Es decir, el método inductivo-deductivo permite obtener una comprensión más completa y precisa en el desarrollo comercial.

### 3.5. Instrumento de recolección de datos

#### 3.5.1. Población Universo

(Arias et al., 2020) definen al universo como el todo que procederá a ser analizada para su estudio, mientras que la población se la plantea como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Por lo tanto, la población se refiere a un todo de algo específico, mientras que la muestra hace énfasis a una pequeña proporción del todo.

#### 3.5.2. Población objeto de estudio

De acuerdo con el término población, hace referencia a un conjunto de varios elementos de una institución en específico, por ejemplo: se efectúa el presente trabajo investigativo en la ciudad de Machala situado en la provincia de El Oro, específicamente la población a ser trabajada serán los clientes que asisten recurrentemente a adquirir un producto de la ferretería, en este caso la población es los clientes, el personal de la empresa y el dueño de la empresa.

#### 3.5.3. Tamaño de la muestra.

La muestra es la parte a ser encuestada de una investigación, se resuelve aplicar una encuesta en la que primero se utilizara el muestreo probabilístico con un margen de error del 5% con la finalidad de determinar el tamaño de la muestra para encuestar, por lo tanto, se toma a referencia 1000 clientes que están registrados en las fichas personales del local; mientras que en el caso de la entrevista será dirigida a las personas que son trabajadores de la empresa.

Ilustración 1 Formula finita.

$$m = \frac{N}{(N - 1) \times (K)^2 + 1}$$

Abreviatura	Significado.
m	Muestra
N	población o Universo.
K	Margen de error

$$m = \frac{1000}{(1000 - 1) \times (0.05)^2 + 1}$$

$$m = \frac{1000}{(1000 - 1) \times (0.05)^2 + 1}$$

$$m = 285.9 = 286.$$

### **3.6. Técnicas de recolección de datos**

#### **3.6.1. Encuesta**

De la misma manera (Escudero y Cortez, 2018) puntualizan a la encuesta como una técnica de recolección de datos que radica en un conjunto de preguntas elaboradas para obtener información acerca del mundo interior de la persona encuestada o para recopilar información acerca de la percepción de un fenómeno investigado. La elaboración de una encuesta requiere de una preparación adecuada y experiencia para desarrollar el instrumento correcto, que en este caso sería el cuestionario.

Basándonos en los aportes de (Acosta, 2023) para identificar los tipos de tecnologías de la información y la comunicación empleadas en la distribución se optará por la encuesta como técnica principal con su respectivo instrumento el cuestionario. Esta decisión se fundamenta en la naturaleza del estudio y en los objetivos específicos que se desean alcanzar teniendo una cartera de mil clientes y el cual se les aplicara a 286. Por otro lado, el uso del cuestionario garantiza la uniformidad en la recopilación de datos y facilita el análisis cuantitativo de los resultados.

#### **3.6.2. Entrevista**

(Vizcaino et al., 2023) indican que la entrevista es una conversación planificada entre el investigador y el entrevistado para obtener información. Emplear la entrevista permite recabar información de carácter cualitativo del problema en estudio o de las características de las personas. El instrumento pertinente para la entrevista es la guía de preguntas, estas a su vez deben ser claras que responda al nivel del entrevistado y tener una secuencia. Es importante que, para fijar la entrevista, el investigador se adapte al tiempo y condiciones del entrevistado.

La entrevista es una técnica para identificar diferentes puntos de vista de quienes conocen del tema, para constatar lo manifestado en la encuesta con la entrevista, es decir, se debe obtener respuestas similares porque la entrevista permite expresarse, pero da la misma idea central de la investigación. Por lo tanto, si se emplea esta técnica se debe

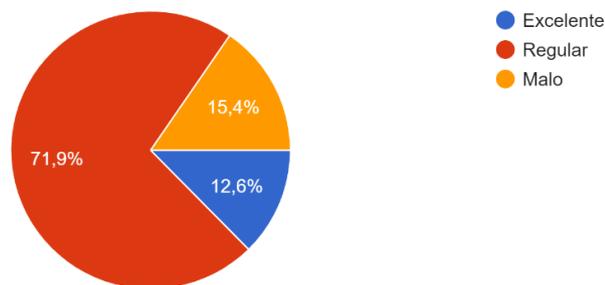
aplicar una guía de entrevista en la cual está conformada de 4 preguntas con la finalidad de obtener resultados fidedignos para la investigación que se les realizar a ocho personas siendo estos empleados. Partiendo de los postulados (Ibarra et al., 2023) en la investigación se aplicará la entrevista para establecer los procesos administrativos realizados en la actividad comercial.

### 3.7. Presentación de resultados.

#### *Atención al cliente*

1. ¿Como califica la calidad de atención al público proporcionada por el personal de la empresa?

Grafica 1 Calidad de atención al cliente

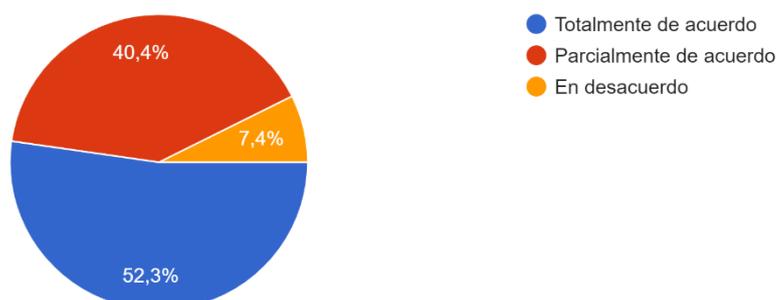


Los datos de la gráfica sobre la atención del personal de la empresa a los clientes son: un 71,9% que equivale a 205 personas seleccionaron la opción regular, mientras que un 15,4% equivalente a 44 clientes seleccionaron que es una mala atención y finalmente el 12,6% expresa que brindan una atención de calidad.

#### *Capacitación del personal*

2. ¿Considera que las personas que trabajan en la empresa necesitan capacitaciones de atención al cliente?

Grafica 2 Capacitaciones de atención al cliente.

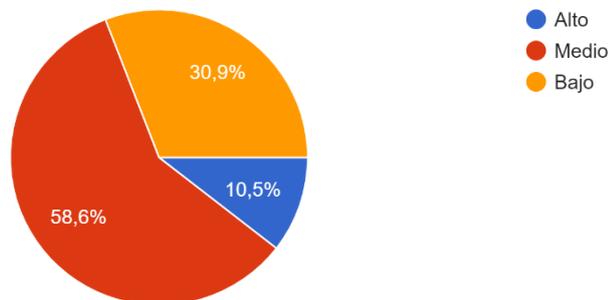


En base a la gráfica sobre la capacitación del personal de la empresa, se establece que un 52.3% que equivale a 149 personas seleccionaron la opción totalmente de acuerdo, mientras que un 40.4% equivalente a 115 clientes seleccionaron que están parcialmente de acuerdo y finalmente el 7.4% con 21 personas expresan que no necesitan capacitaciones.

### Uso de las TIC'S

- ¿Cuándo recibe atención en la empresa Que nivel de uso de las TIC'S (Tecnologías de la información y comunicación) cree que emplean los trabajadores?

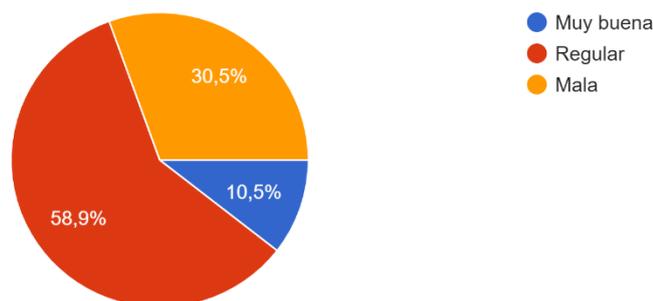
Grafica 3 Nivel de uso de las TICS



De acuerdo a la gráfica sobre el uso de las TICs se resuelve que un 58.6% que equivale a 167 personas seleccionaron la opción medio, luego con un 30.9% equivalente a 88 clientes seleccionaron bajo y finalmente el 10.5% con 30 personas manifiestan que la empresa usa las TICs en un nivel alto.

- ¿En base a lo contestado anteriormente Como califica la utilización de las TIC'S en la empresa?

Grafica 4 Utilización de las TICS en la empresa.

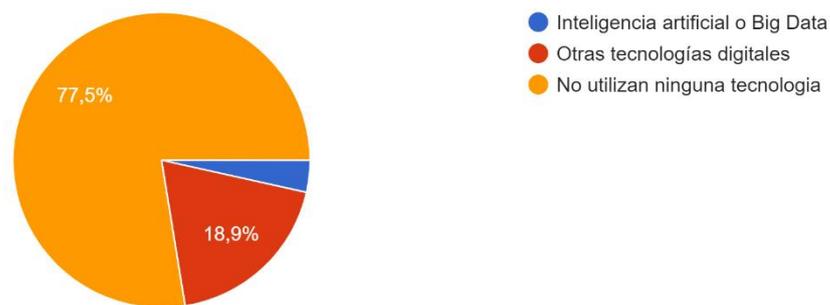


Según la gráfica sobre el uso de las TICs, se resuelve que exactamente 58.9% que equivale a 168 personas seleccionaron la opción regular, mientras que con un 30.5% equivalente a 87 clientes seleccionaron la opción mala y finalmente el 10.5% con 30 personas manifiestan que la empresa usa las TICs de una excelente manera.

### *Innovación digital*

5. ¿En base a la atención que le brindan los trabajadores Que tecnologías digitales utiliza la empresa actualmente?

Grafica 5 Atención que le brindan los trabajadores.

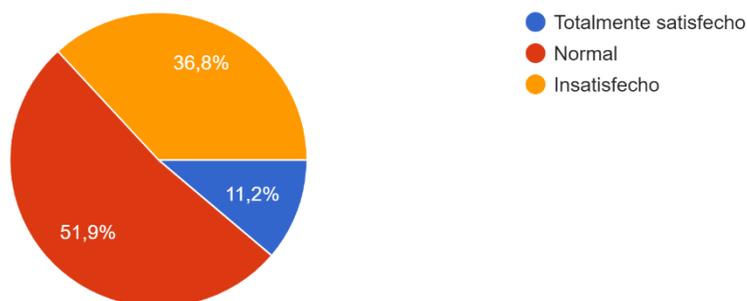


Conforme la gráfica sobre la innovación digital en la empresa, se resuelve que exactamente 77.5% que equivale a 221 personas seleccionaron la opción no utilizan ninguna tecnología, mientras que con un 19.9% equivalente a 54 personas seleccionaron la opción otras tecnologías digitales y finalmente el 3.5% con 10 personas manifiestan que la empresa usa una inteligencia artificial o Big Data.

### *Importancia del desarrollo comercial*

6. ¿Qué tan satisfecho se siente con la manera en que la empresa aborda el desarrollo comercial para ofrecerle productos que satisfaga sus necesidades?

Grafica 6 Desarrollo comercial de los productos.

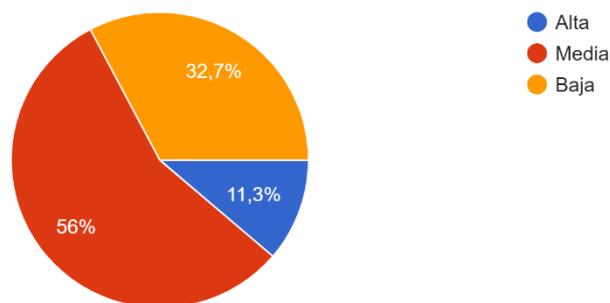


De acuerdo a la gráfica sobre la importancia del desarrollo comercial se resuelve que exactamente 51.9% que equivale a 148 personas seleccionaron la opción normal, mientras que con un 36.8% equivalente a 105 personas seleccionaron la opción insatisfecha y finalmente el 11.2% con 32 personas manifiestan que se sienten satisfechos con la empresa.

### *Estrategias publicitarias*

7. ¿Cómo calificaría la creatividad de las campañas publicitarias de la empresa DISTROM S.A.?

Grafica 7 Campañas publicitarias.

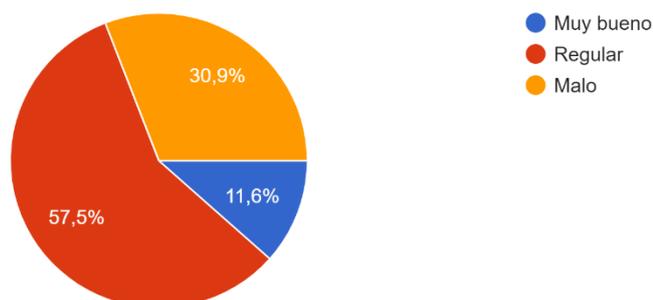


De acuerdo a la gráfica sobre las estrategias publicitarias se resuelve que exactamente 56% que equivale a 159 personas seleccionaron la opción media, mientras que con un 32.7% equivalente a 93 personas seleccionaron la opción baja y finalmente el 11.3% con 32 personas manifiestan que tienen alta creatividad para las publicidades de la empresa.

### *Marketing empresarial*

8. ¿Cómo califica el marketing de la empresa DISTROM S.A. en comparación con el de las empresas?

Grafica 8 Marketing de la empresa.

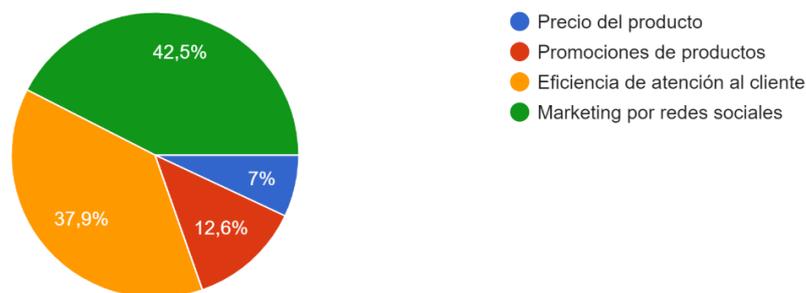


En base a la gráfica sobre marketing empresarial se resuelve que exactamente 57.5% que equivale a 164 personas seleccionaron la opción regular, así mismo con un 30.9% equivalente a 88 personas seleccionaron la opción mala y finalmente el 11.6% con 33 personas seleccionaron que el marketing de la empresa es muy bueno.

### *Marketing empresarial*

9. De los siguientes componentes de marketing ¿Cuál considera más importante para mejorar la relación cliente-empresa?

Grafica 9 Relación cliente empresa.

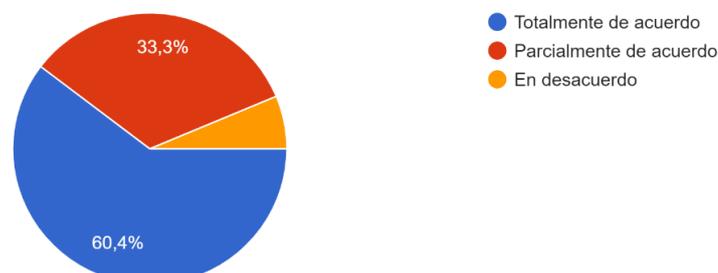


Según la gráfica sobre los componentes de marketing empresarial se determina que exactamente 42.5% que equivale a 121 personas seleccionaron la opción marketing por redes sociales, de la misma manera con un 37.9% equivalente a 108 personas seleccionaron la opción eficiencia de atención al cliente, posteriormente con el 12.6% que equivale a 36 personas seleccionaron que se debe mejorar las promociones de los productos y finalmente las 20 personas restantes equivalente al 7% consideran mejorar el precio de los productos.

### *Modelo innovador*

10. ¿Estaría de acuerdo en que la empresa DISTROM S.A. utilice un modelo innovador basado en las TIC'S para impulsar las operaciones comerciales?

Grafica 10 Modelo innovador basado en las TICS



En base a la gráfica sobre el modelo innovador a emplear en la empresa, se determina que exactamente el 60.4% con un total de 172 personas seleccionaron la opción totalmente de acuerdo, mientras que el 33.3% equivalente a 95 personas se inclinaron por la opción parcialmente de acuerdo y finalmente 18 personas que corresponde al 6.3% están en desacuerdo que en la empresa se aplique un modelo innovador.

### **3.8. Análisis de resultados.**

Análisis 1: La empresa implementa un sistema de citas previas para reducir las colas y capacita al personal en técnicas de manejo de flujo de clientes. Se realiza un seguimiento mensual y, después de tres meses, la satisfacción del cliente ha aumentado en un 30%.

Análisis 2: Se diseña un programa de capacitación que incluye talleres de comunicación efectiva, técnicas de manejo de conflictos y simulaciones de situaciones de atención al cliente. Después de implementar el programa, se realiza una encuesta de satisfacción y se observa una mejora significativa en la percepción de los clientes sobre la amabilidad y eficiencia del personal.

Análisis 3: Este análisis y las acciones subsecuentes demuestran cómo una evaluación estructurada y la mejora del uso de TIC pueden tener un impacto positivo significativo en la atención al cliente y en la eficiencia operativa de la empresa.

Análisis 4: La empresa de servicios financieros implementa un programa de capacitación en el uso de las TIC'S, con sesiones prácticas y simulaciones de escenarios de atención al cliente. Tras tres meses de capacitación intensiva y seguimiento, la tasa de adopción aumenta al 80%, los tiempos de respuesta se reducen en un 25%, y la satisfacción del cliente mejora notablemente.

Análisis 5: Los empleados utilizan el correo electrónico para comunicarse con clientes sobre consultas más complejas, mientras que el chat en línea se usa para soporte inmediato.

Análisis 6: Ser transparente sobre los procesos de desarrollo de productos y cómo se basan en la retroalimentación de los clientes.

Análisis 7: Para mejorar la creatividad, la empresa organiza talleres creativos y colabora con una agencia de publicidad reconocida. Se implementan métricas para monitorear el engagement y el recall publicitario. Después de tres meses, la campaña recibe una alta

tasa de interacción y feedback positivo, mejorando significativamente la percepción de la marca.

Análisis 8: DISTROM S.A. tiene varias fortalezas en su marketing, como la creatividad y la fuerte presencia digital, pero también áreas donde puede mejorar, como la segmentación de mercado y la adaptación a nuevas tendencias. Al implementar las recomendaciones propuestas, DISTROM S.A. puede mejorar significativamente su posición competitiva y la efectividad de sus campañas de marketing en comparación con otras empresas.

Análisis 9: La capacitación continua y el desarrollo de habilidades blandas son esenciales para garantizar que el personal pueda ofrecer un servicio de alta calidad. Un personal bien capacitado puede gestionar mejor las interacciones con los clientes y resolver problemas de manera efectiva.

Análisis 10: Es importante abordar los desafíos relacionados con la inversión inicial, capacitación del personal, seguridad y privacidad, e integración de sistemas. Con una planificación adecuada, una estrategia clara y un enfoque en la capacitación y el soporte continuo, DISTROM S.A. puede implementar exitosamente este modelo y mejorar significativamente su competitividad y eficiencia en el mercado.

### **3.9. Interpretación de los resultados**

Interpretación 1: La capacitación en técnicas de manejo de flujo de clientes indica un esfuerzo por mejorar las habilidades del personal en la gestión eficiente del tiempo y la atención al cliente. Esto puede incluir técnicas para gestionar mejor las colas, resolver conflictos de manera efectiva y mantener un ambiente de servicio positivo.

Interpretación 2: La mejora en la percepción de la eficiencia del personal indica que los empleados están manejando las consultas y problemas de los clientes de manera más rápida y efectiva. Esto puede reducir los tiempos de espera y mejorar la experiencia general del cliente.

Interpretación 3: La combinación de una evaluación estructurada con mejoras en el uso de TIC demuestra ser una estrategia efectiva para mejorar tanto la atención al cliente como la eficiencia operativa. Este enfoque permite a la empresa no solo identificar y abordar áreas de mejora, sino también aprovechar la tecnología para optimizar sus procesos y ofrecer un servicio de mayor calidad.

Interpretación 4: La capacidad de responder más rápidamente y proporcionar un servicio de alta calidad coloca a la empresa en una posición más competitiva en el mercado de servicios financieros, ayudando a atraer y retener clientes.

Interpretación 5: Es importante que los clientes estén informados sobre cuál canal usar para diferentes tipos de consultas, para evitar confusiones y garantizar que sus expectativas sean manejadas adecuadamente.

Interpretación 6: Al comunicar claramente cómo se han integrado las sugerencias y comentarios de los clientes en los productos, la empresa puede evitar malentendidos y mejorar la percepción del cliente sobre el proceso de desarrollo.

Interpretación 7: La experiencia adquirida a través de los talleres creativos y la colaboración con expertos puede fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa, contribuyendo a la creación de futuras campañas y estrategias de marketing más efectivas.

Interpretación 8: Incorporar nuevas tecnologías y tendencias en el marketing digital, como el uso de inteligencia artificial para personalización, estrategias de contenido emergentes o nuevas plataformas de redes sociales, puede mejorar la capacidad de DISTROM S.A. para conectar con su audiencia de manera más efectiva y estar a la vanguardia del mercado.

Interpretación 9: La formación constante y el desarrollo de habilidades blandas pueden mejorar la eficiencia operativa del personal, reduciendo el tiempo necesario para resolver problemas y mejorar la fluidez en las operaciones diarias. Esto puede llevar a una mayor productividad y optimización de recursos.

Interpretación 10: Una estrategia clara y una planificación adecuada también fortalecerán la capacidad de la empresa para adaptarse a cambios en el mercado y a futuros desafíos, permitiéndole mantener su relevancia y competitividad a largo plazo.

Análisis de resultado de la entrevista.

- De acuerdo a la primera dimensión sobre el uso de las TICs el personal de la empresa DISTROM S.A. concluye que la utilización de las Tecnologías de la información es importante porque hace que el proceso de cualquier área de la empresa sea más rápido y sencillo.

- En base a la segunda dimensión de la entrevista sobre la atención al cliente se resuelve que el público se va contento por la atención y calidad de los productos que brinda la empresa
- Conforme a la tercera dimensión que hace énfasis a la mejora de la empresa con el uso de las TIC's, se delimita que, si se debe aplicar más las tecnologías de la información con la iniciativa de una creación de un software de compra y venta de productos, debido a que se sigue utilizando herramientas tecnológicas ambiguas.
- De la misma manera en la cuarta dimensión que enfatiza en el desarrollo Comercial mismo que los entrevistados sostienen la idea de que las TIC'S si mejora el desarrollo comercial, debido a que, realiza publicidades, crece el marketing, la competitividad y permite que la empresa crezca a medida que utilice las estrategias necesarias.
- Finalmente, en la quinta dimensión que trata sobre el modelo innovador, se concluye que las personas entrevistadas están de acuerdo en aplicar un modelo innovador porque ayuda, agiliza y permite avanzar el crecimiento empresarial de DISTROM S.A.

## **CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Análisis de resultados**

La empresa DISTROM S.A. cuenta con un sistema monótono enfocada en estrategias que en la actualidad ya no son usadas en las empresas, de acuerdo a los entrevistados se resalta que no tienen un sistema de ventas personalizado, es decir, al momento que ingresa la mercadería usan un inventario cotidiano por la herramienta Excel, dando un retraso en el uso de las nuevas tecnologías e influyendo en el crecimiento de la empresa.

De la misma manera, se resalta que la empresa no difunde promociones e información por redes sociales, es decir, las estrategias que emplea la empresa son muy ambiguo, no difunden publicidad y solo esperan que el cliente se acerque a las instalaciones a adquirir un producto, aspecto totalmente errado, debido a que en la actualidad debido a la competitividad se debe difundir más por las redes sociales para el crecimiento financiero de la ferretería.

Así mismo se resuelve que la clientela de la empresa DISTROM S.A. no está satisfecha al 100% con la atención brindada, debido a que es una venta muy usual y cotidiano, es decir, no se emplean estrategias que mejore la relación cliente-empresa, por lo tanto, aquello interfiere a que la ferretería no crezca financieramente y los clientes prefieran adquirir algún producto en otra empresa que venda los mismos productos.

Por último, se embellece y enaltece la propuesta de la presente investigación, más del 50% de las personas encuestadas y las personas entrevistadas dictaminan positiva la acción de implementar un modelo innovador tecnológico en la empresa DISTROM S.A. esto es debido al uso básico de la tecnología que le da la empresa, por lo cual, dicho modelo busca mejorar varias áreas de la empresa y a la vez que la misma crezca financieramente desarrollando competitividad en el mercado.

### **4.2. Contrastación teórica de resultados**

Al contrastar los resultados obtenidos con aportes de otros autores se resuelve que el uso constante y mejorado de las Tecnologías de la información y comunicación (TIC's) es muy importante en el ámbito empresarial en la actualidad, según Vásquez (2021) el utilizar las TIC's en pequeñas empresas contribuye a incrementar y sostener las ventas de la empresa, porque se generará competitividad entre empresas y mejor relación entre

cliente-empresa, logrando que el público prefiera adquirir un producto en DISTROM S.A. por la rapidez, atención y calidad.

De la misma manera al usar las TIC's en las empresas se puede denotar varios puntos importantes, (Ochoa et al., 2023) en su investigación analizan la importancia de usar un Big Data como herramienta que permita desarrollar un mejor desempeño y crecimiento económico empresarial, lo cual concluyen que aplicar un modelo innovador que genere rapidez y calidad empresarial será positivo y permitirá crecer en el ámbito productivo.

### **4.3. Propuesta**

¿Cuál es la incidencia del uso de las TIC's en el desarrollo comercial de la empresa DISTROM S.A.?

De acuerdo al planteamiento del problema central se resuelve que, la empresa cuando usa las TIC's en el desarrollo de las actividades se genera una mejor atención, rapidez y eficacia, sin embargo, los datos obtenidos determinan que la empresa no suele usar frecuentemente las tecnologías de la información, ocasionando una ambigüedad empresarial que ha perjudicado a la atención de los clientes, la competitividad entre empresas y desarrollo comercial diminuto.

En el entorno empresarial moderno, la adopción de tecnologías avanzadas es esencial para mantener la competitividad y eficiencia. Las TIC's han demostrado ser herramientas clave para mejorar diversas áreas operativas de las empresas. DISTROM S.A., una reconocida ferretería situada en la ciudad de Machala, se enfrenta al reto de integrar estas tecnologías en su gestión para mejorar su desarrollo comercial capacitando a todo el personal de la empresa.

De acuerdo al objetivo general que se basa en analizar el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en la empresa DISTROM S.A, y su incidencia en el desarrollo comercial, lo cual se ha logrado dar una respuesta con el aporte de la técnica e instrumento aplicado en la presente investigación.

Así mismo, los objetivos específicos enfatizan la problemática en orden sistemático, en primer lugar, se establece que proceso administrativo desarrolla la empresa, para posteriormente identificar las TICs que emplea DISTROM S.A. y finalmente proponer un modelo innovador que ayude a desarrollar la actividad comercial. Una vez denotado los objetivos se concluye que se logró cumplir a carta cabal aquello, debido a que como

solución a la problemática se expone la implementación de un modelo innovador con Inteligencia Artificial que ayude al crecimiento comercial de la ferretería.

#### **4.4. Valoración de la factibilidad: Dimensiones Técnica-económica-social-ambiental**

##### **4.4.1. Dimensión Técnica**

En el ámbito de la dimensión técnicas se abarcan todos los aspectos que tienen en cuenta los conocimientos específicos para desarrollar debidamente los trabajos previstos dentro del proyecto. En este contexto, es necesario que el responsable conozca el ámbito de aplicación para gestionar y decidir acerca de la gestión de los equipos asignados, con el fin de que pueda desarrollar sus funciones con eficacia (Lucas y Fernández, 2022).

Al abordar estos aspectos técnicos, podrás fortalecer la base tecnológica y operativa de tu proyecto, asegurando que las soluciones implementadas sean robustas, eficientes y sostenibles.

La empresa cuenta con todos los permisos necesarios para abrir al público en general a continuación se detalla:

- Patente Municipal
- Cuerpo de Bomberos
- Registro Ambiental

##### **4.4.1.1. Especificaciones del proyecto**

Al momento de elaborar el presente proyecto integrador es de gran relevancia mencionar las empresas que se dedican a la venta y auto consignación de repuestos de toda clase de vehículos en la ciudad de Machala, situados en lugares estratégicos y por su alta demanda de comercialización siendo así el local que se escogió para el presente estudio se encuentra ubicado en las calles Vela y General Serrano.

## Google Maps 1 Ubicación de la empresa Multipernos.

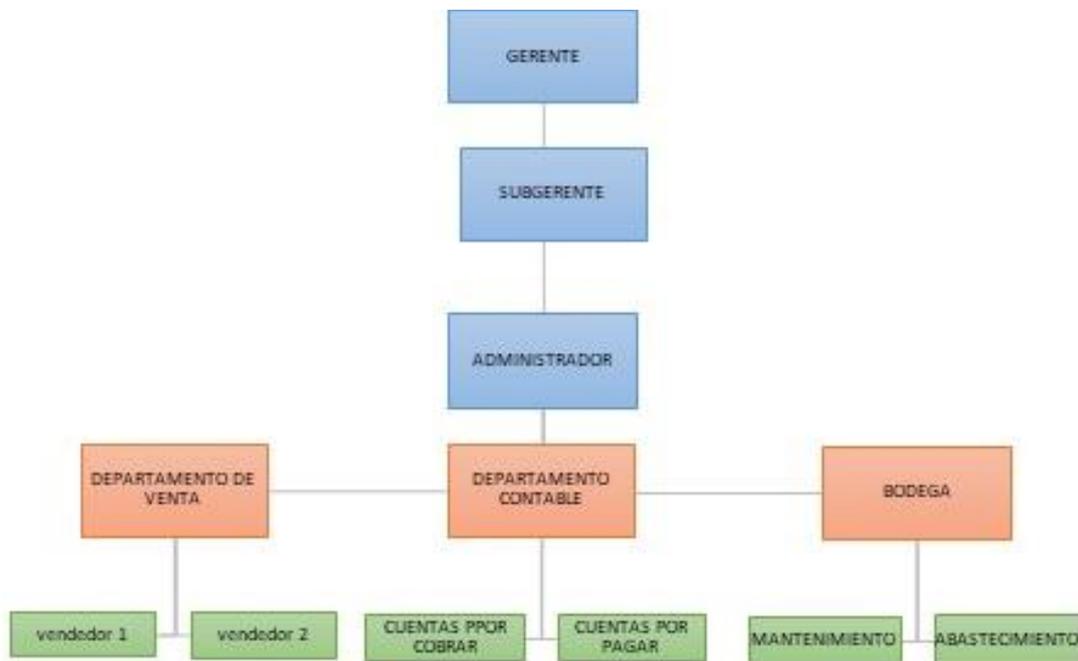


Fuente: (Google Maps, 2024)

## Estructura organizacional

La empresa tiene su estructura interna de venta al por mayor de herramientas de vehiculos, igualmente nos facilitaron las diferentes áreas asignadas para cada colaborador.

## Organigrama 1 Estructura de la empresa Distrom S.A.



Fuente: Elaborado por: Tituana Milena y Pilataxi Mayra

Una vez teniendo en cuenta el organigrama de la empresa DISTROM S.A. se clarifica que la empresa está comandada por 3 personajes de alto rango como lo son: el gerente, subgerente y el administrador, luego existen divisiones del departamento de venta que tiene dos vendedores de los productos, así mismo está el departamento contable

que posee dos trabajadores encargados de las cuentas por cobrar y por pagar, finalmente en el área de la bodega hay dos personas encargadas al mantenimiento y abastecimiento de los productos de la ferretería.

#### **4.4.2 Dimensión Económica**

Se refiere a los aspectos financieros y económicos de un proyecto, organización o investigación. Esta dimensión es fundamental para evaluar la viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad de las iniciativas, así como para comprender su impacto económico en un contexto más amplio (Ruperti et al., 2021).

De acuerdo a la investigación se enaltece la dimensión económica haciendo énfasis a la habilidad de gestionar y usar de la manera adecuada los recursos económicos con la finalidad de alcanzar los objetivos plasmados, así mismo DISTROM S.A. aplica la dimensión económica a través de una gestión eficiente de recursos, un manejo correcto del flujo de caja y teniendo una posición financiera sólida con los aportes de los socios de la empresa.

Gracias a la colaboración de la contadora nos pudieron facilitar los estados financieros de la empresa con el fin de poderlos anexar al proyecto integrador.

#### **4.4.3. Dimensión Social**

Se refiere a los aspectos humanos y comunitarios de un proyecto, organización o investigación esta dimensión es fundamental para evaluar el impacto en la calidad de vida, bienestar social y cohesión comunitaria, así como para asegurar la aceptación y sostenibilidad de las iniciativas en un contexto social (Nabuat et al., 2021).

En el marco investigativo es importante realizar proyectos porque permite analizar y brindar una posible solución en un entorno específico o contexto social, por lo general la realización de un proyecto siempre busca generar un impacto positivo en la sociedad, teniendo una clara visión de aquello, la ferretería DISTROM S.A. demuestra compromiso con la dimensión social, porque genera alrededor de 8 plazas de trabajo en la que contribuye con el sustento a las necesidades económicas de las familias. También tiene un impacto corresponsal en festividades de fin de año, ya que siempre brinda un obsequio sorpresa a los fieles clientes de la empresa.

Uno de los puntos claves que abarcan la dimensión social se describe a continuación:

- Evaluación del impacto en la calidad de vida de la comunidad local.
- Análisis de la generación de empleo y oportunidades económicas para los residentes.
- Análisis de cómo las iniciativas afectan a diferentes grupos sociales, incluyendo poblaciones vulnerables.
- Implementación de políticas y prácticas que promuevan la igualdad de género y la diversidad.
- Fomento de la participación activa de la comunidad en la planificación y ejecución de proyectos.
- Creación de mecanismos de consulta y retroalimentación para asegurar que las voces de los interesados sean escuchadas.
- Respeto y promoción de la cultura y valores locales.
- Integración de prácticas culturales y tradicionales en el desarrollo de proyectos.
- Colaboración con instituciones educativas y organizaciones no gubernamentales para ampliar el acceso a la educación.
- Desarrollar programas de capacitación para mejorar las habilidades de los trabajadores en la cadena de producción y logística.
- Colaborar con instituciones locales para promover la educación sobre prácticas agrícolas sostenibles y eficientes.

#### **4.4.3. Dimensión Ambiental**

Los aspectos relacionados con el impacto ecológico y la sostenibilidad ambiental de un proyecto, organización o investigación. Esta dimensión es crucial para garantizar que las actividades humanas sean compatibles con la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales (Muñoz y Romero, 2020).

La dimensión ambiental es esencial para toda empresa, el medio ambiente es vida, por lo tanto, las empresas deben estar enmarcadas en el ámbito ecológico procurando brindar calidad de vida a las personas, es decir, la dimensión ambiental tiene relación con la dimensión social, debido a que busca embellecer y que se ejecuten acciones sin causar daños a la sociedad. En la ferretería se mantiene un compromiso ecológico en la que inicia desde un ambiente laboral agradable hasta la venta de productos ecológicos y reciclados, con la finalidad que se reduzca la contaminación ambiental y se conserve el planeta.

- Evaluación del impacto ambiental de las actividades y proyectos.

- Identificación y mitigación de efectos negativos sobre el medio ambiente
- Adopción de tecnologías y métodos que minimicen el impacto ambiental.
- Implementación de energías renovables y tecnologías limpias.
- Fomento de la innovación en productos y procesos que reduzcan el impacto ambiental.
- Desarrollar programas educativos para trabajadores y comunidades locales sobre la importancia de la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente.
- Promover prácticas ambientales responsables entre todos los actores de la cadena de valor.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

La expansión del comercio electrónico y la automatización de procesos han reducido costos operativos y minimizados errores, incrementando la competitividad de DISTROM S.A, el uso estratégico de las TIC no solo ha optimizado la eficiencia operativa de la empresa, sino que también ha potenciado su capacidad para crecer y adaptarse en un entorno empresarial dinámico, destacando la importancia de continuar invirtiendo en estas tecnologías para mantener una ventaja competitiva.

Contribuye a una mejor gestión de recursos, tanto humanos como materiales, optimizando el uso de los mismos para alcanzar los objetivos empresariales, el establecimiento de procesos administrativos robustos es fundamental para el desarrollo sostenido y la competitividad en el mercado, asegurando que todas las operaciones se realicen de manera coherente y alineada con la visión estratégica de la empresa.

La identificación y el uso estratégico de diversas TIC en la distribución han sido cruciales para el éxito operativo y el crecimiento sostenido en un entorno comercial cada vez más dinámico y exigente, plataformas de seguimiento y rastreo de envíos, y soluciones de planificación de rutas han optimizado la gestión del inventario, reducido tiempos de entrega y mejorado la precisión en las operaciones. Estas herramientas no solo han permitido una mayor transparencia y control en la cadena de suministro, sino que también han facilitado la toma de decisiones basadas en datos en tiempo real.

Este modelo permitiría una mayor precisión en la previsión de la demanda, una gestión de inventarios más eficiente y una mejora en la coordinación de la cadena de suministro, resultando en una reducción de costos y tiempos de entrega.

### **5.2. RECOMENDACIONES**

La empresa debería explorar tecnologías emergentes como la inteligencia artificial para personalizar ofertas y mejorar la gestión de inventarios en tiempo real. Estas acciones no solo reducirán costos operativos, sino que también fortalecerán la posición competitiva de DISTROM S.A. en el mercado digital.

Este programa debe enfocarse en habilidades clave como el uso de tecnologías avanzadas y la gestión de proyectos, para asegurar que el personal esté bien preparado

para adaptar y mejorar los procesos administrativos. La inversión en el desarrollo profesional del equipo fortalecerá la cohesión y la capacidad de respuesta, contribuyendo a una mejor alineación con los objetivos estratégicos de la empresa y a una mayor competitividad en el mercado.

El uso estratégico de estas herramientas ha contribuido al crecimiento sostenido de la empresa en un entorno comercial competitivo y dinámico la capacidad para monitorizar y ajustar las operaciones en tiempo real ha mejorado la eficiencia general y la capacidad de respuesta ante desafíos logísticos. La integración de tecnologías de vanguardia ha permitido a la empresa mantenerse competitiva, adaptarse rápidamente a cambios en la demanda y optimizar sus recursos.

La automatización de procesos clave, como la programación de pedidos y el seguimiento de envíos, reducirá los tiempos de respuesta y mejorará la sincronización, resultando en una optimización de costos y tiempos de entrega a lo largo de toda la cadena de suministro.

## Bibliografía

1. Acosta, F. S. (2023). Los enfoques de investigación en las ciencias sociales. *Rev. Latinoamericana OGMIOS*, 3(8), 82-95.  
<https://idicap.com/ojs/index.php/ogmios/article/view/226/237>
2. Alderete, M. V., & Porris, M. S. (2023). Análisis de la adopción del comercio electrónico en pymes y su vinculo con instituciones locales. *Rev. Ciencias administrativas*, 11(22), 1-17.  
<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/12766/14047>
3. Arías, G. J., Covinos, G. M., & Cáceres, C. M. (2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. *Rev. Ciencia Latina*, 4(2), 237.  
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/73/46>
4. Bazán, S. A., & Horna, R. P. (2024). *Adopción de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y su relación con el proceso de ventas de las Mypes del subsector restaurantes de Lima Metropolitana 2023*.  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/673849/Bazán\\_SA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/673849/Bazán_SA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
5. Buenrostro, M. H., & Hernández, E. M. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Rev. Economía Reoria y práctica*, 27(50), 101-124.  
<https://economiatyp.uam.mx/index.php/ETYP/article/view/350/466>
6. Cárdenas, P. S., Montero, E. D., Molina, R. S., & Boom, C. A. (2022). Tecnologías de la inofmración y las comunicaciones en las medianas empresas Caso Vallepur colombia. *Rev. Cilo América*, 16(31), 780-789.  
<https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/5018/3845>
7. Cedeño, P. G., Cedeño, E. C., & Genith, V. S. (2020). Factores externos inmersos en el desarrollo financiero de los comerciantes de Portoviejo Ecuador. *Rev. ECA Sinergia*, 11(1), 19-26.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8226637>

8. Cedeño, T. F., & Townsend, V. J. (2021). Evaluación de la inserción en TIC como factor de competitividad de las empresas pymes del cantón Guayaquil. *Rev. Universidad y Sociedad*, 13(2), 452-462. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n2/2218-3620-rus-13-02-452.pdf>
9. CEPAL. (2023). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*.
10. Chamba, C. J. (2023). *Uso de las TIC'S en las empresas del Ecuador*. Tesina. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11625/1/Chamba%20Chávez%2c%20J.%20%282023%29%20Uso%20de%20las%20TICs%20en%20las%20empresas%20del%20Ecuador..pdf>
11. Checasaca, J. J., Sánchez, C. L., Malpartida, G. J., & Chocobar, R. E. (2022). Importancia de la herramienta Customer Relationship Management CRM en las empresas de Latinoamérica Una revisión sistemática de la literatura científica los últimos diez años. *Rev. Científica de la UCSA*, 9(3), 97-119. <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v9n3/2409-8752-ucsa-9-03-97.pdf>
12. Córdova, V. A., Taopanta, T. G., & Rojas, P. L. (2019). Tecnologías de información y comunicación TICS aplicadas a las organizaciones empresariales. *Rev. Hiberus Tecnología*. <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/1/tics-organizaciones-empresariales.html>
13. Coronel, G. R. (2019). *Tecnología de la información y comunicación como estrategias para la competitividad en el sector hotelero de Montañita Ecuador*. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10490/1/PIUSDMIE008-2019.pdf>
14. Cota, Y. M., & Gómez, L. C. (2023). Uso de las TIC en las Mipymes del sector turístico en Puerto Vallarta. *Rev. Sapientiae*, 8(2), 268-286. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8800476>
15. Del Castillo, R., & Orobio, A. (2020). Investigación exploratoria sobre el efecto del aceite de motor usado en el suelo fino de subrasante. *Rev. Informes de la Construcción*, 72(558). <https://informesdelaconstruccion.revistas.csic.es/index.php/informesdelaconstruccion/article/view/6000/7276>

16. Escudero, S. C., & Cortez, S. L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
17. Ferrer, D. R. (2021). Adopción e impacto de las TIC en la gestión de microempresas. *Rev. Científica en Ciencias Sociales*, 3(1), 49-68. <http://scielo.iics.una.py/pdf/rccsociales/v3n1/2708-0412-rccsociales-3-01-49.pdf>
18. Flores, M. G., & Flores, J. D. (2021). Impacto de la globalización en las estrategias de negocios en las empresas ecuatorianas. *Rev. E-IDEA*, 3(11), 1-11. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/88/124>
19. García, M. J., Tumbajulca, R. I., & Cruz, T. J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid 19. *Rev. de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99-110. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v12n2/2219-7168-comunica-12-02-99.pdf>
20. Gomez, B. S. (2019). Metodología de la investigación. [https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/735/1/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/735/1/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
21. Google Maps. (2024). *Distrom S.A Multipermos*. <https://www.google.com/search?client=opera&q=distrom&sourceid=opera&ie=UTF-8&oe=UTF-8>
22. Granados, R. J., Vargas, P. C., & Vargas, P. R. (2020). La formación de profesionales competentes e innovadores mediante el uso de metodologías activas. *Rev. Universidad y Sociedad*, 12(1), 343-349. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-343.pdf>
23. Gualli, C. D. (2022). *Propuesta de modelo de gestión financiera de proyectos en TI en el cantón Guayaquil de la provincia del Guayas para el año 2022*. [https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/927/TRAB\\_AJO\\_DE\\_INV\\_MTI\\_DANIEL\\_GUALLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/927/TRAB_AJO_DE_INV_MTI_DANIEL_GUALLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
24. Guamán, C. K., Hernández, R. E., Yuqui, V. C., & Lloay, S. S. (2021). La investigación jurídica Objeto paradigma método alcance y tipos. *Rev. Conrado*,

- 17(S2), 169-178.  
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2006/1964>
25. Guevara, A. G., Verdesoto, A. A., & Castro, M. N. (2020). Metodologías de investigación educativa Descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación acción. *Rev. ReciMundo*, 4(3), 163-173.  
<https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
26. Gutierrez, A. C. (2023). *La competitividad como factor de internacionalización de las pymes textiles de Gamarra 2019 al 2021 a la pandemia Covid-19*.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/669707>
27. Gutierrez, O. S. (2023). Prácticas de innovación y Uso de TICS en empresas rurales. *Rev. 593 Digital Publisher*, 8(5), 819-835.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9124276>
28. Ibarra, S. M., González, E. A., & Rodríguez, G. G. (2023). Aportaciones metodológicas para el uso de la entrevista semiestructurada en la investigación educativa a partir de un estudio de caso múltiple. *Rev. Investigación Educativa*, 41(2), 501-522.  
<https://doi.org/https://revistas.um.es/rie/article/view/546401/345001>
29. Lion, C. (2019). Los desafíos y oportunidades de incluir tecnologías en las prácticas educativas Análisis de casos inspiradores.  
[https://www.buenosaires.iiep.unesco.org/sites/default/files/archivos/analisis\\_comparativos\\_-\\_carina\\_lion\\_05\\_09\\_2019.pdf](https://www.buenosaires.iiep.unesco.org/sites/default/files/archivos/analisis_comparativos_-_carina_lion_05_09_2019.pdf)
30. Loor, I. M. (2020). Uso de las TICS como estrategia de enseñanza para docentes de Educación General Básica en la zona rural. *Rev. Dom. de las Ciencias*, 6(2), 747-763.  
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1246/2069>
31. López, R. S. (2021). Competencias TIC para el desarrollo profesional docente. *Rev. Compás Empresario*, 11(33).  
<https://revistas.univalle.edu/index.php/compas/article/view/160/141>
32. Lucas, R. D., & Fernández, J. L. (2022). La dimensión técnica en la enseñanza proyectual Entre la ciencia y el diseño. *Rev. Arquitecto*.  
<https://revistas.unne.edu.ar/index.php/arq/article/view/5969/5634>

33. Maita, G. M. (2019). La adopción del comercio electrónico en las Pymes. *Rev. Gestión y Desarrollo Libre*, 4(8), 43-64. [https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion\\_libre/article/view/8120/9521](https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8120/9521)
34. Manzanilla, G. H., Navarrete, C. Z., & López, H. P. (2023). Políticas educativas para la innovación inclusión y TIC en Bolivia Paraguay y Uruguay. *Rev. Edu Soc.*, 44. <https://www.scielo.br/j/es/a/PkmTG866cLGYk8drxyg9TnQ/?lang=es&format=pdf>
35. Monterrosa, C. I., Ospino, P. M., & Espinel, b. I. (2023). Gestión de las TIC como herramientas de apoyo de las Mipymes en la comercialización de servicios turísticos de Cartagena. *Rev. CIES*, 14(2), 99-108. <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/468/511>
36. Morales, P. P., Sánchez, V. D., & Guerrero, N. N. (2022). Estudio del uso de las TIC dentro de las Pymes localizadas en la zona urbana del cantón pelileo Tungurahua Ecuador. *Rev. Ciencia Latina*, 6(5), 152. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3066/4626>
37. Muñoz, C. M., & Romero, S. M. (2020). Dimensión ambiental del desarrollo local y comunitario La experiencia cubana. *Rev. Estudios del Desarrollo Social Cuba y América Latina*, 8. <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/5100/4310>
38. Nabuat, R. B., Rodríguez, V. M., & Gómez, d. I. (2021). Innovación Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. *Rev. Inv. Administrativa*, 50(128). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782021000200001&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782021000200001&script=sci_arttext)
39. Núñez, F. J. (2020). El rol de las tecnologías de información y comunicación en las MiPymes Aproximación metodológica. *Rev. Daena*, 15(3), 1-13. [http://www.spentamexico.org/v15-n3/A11.15\(3\)1-13.pdf](http://www.spentamexico.org/v15-n3/A11.15(3)1-13.pdf)
40. Ochoa, G. N., Aparicio, O. N., & García, G. W. (2023). Análisis de la integración de las TIC en el sector empresarial de Santander a través de un Big Data. *Rev. Ipha Centauri*, 4(1), 12-24. <https://journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/138/261>

41. Olarte, P. M., Flores, M. D., Rios, V. K., Quispe, A. A., & Seguil, O. N. (2023). Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la gestión empresarial Un análisis cuantitativo. *Rev. Artículo de Revisión*, 14(4), 388-400. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v14n4/2219-7168-comunica-14-04-388.pdf>
42. Olmedo, N. R. (2022). Brechas digitales y territorio Los entornos tecnológicos digitales en las viviendas mexicanas. *Rev. RA XIMHAI*, 18(4), 103-125. <https://raximhai.uaim.edu.mx/index.php/rx/article/view/179/161>
43. Olvera, S. (2023). Prácticas de Innovación y Uso de TICs en Empresas Rurales. *Digital Publisher CEIT*, 819-835.
44. Pardo, E. N., & Villanueva, R. J. (2019). Diseño implementación y evaluación del programa transversal de alfabetización académica Lector-es. *Rev. Información Tecnológica*, 30(6). <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v30n6/0718-0764-infotec-30-06-00301.pdf>
45. Peralta, P. O., & Pico, B. S. (2022). Impacto del marketing en las empresas ecuatorianas. *Rev. Arbitraria*, 6(4), 186-198. <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/1156/1565>
46. Pitre, R. R., Builes, Z. S., & Hernández, P. H. (2020). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Rev. Universidad & Empresa*, 23(40), 1-20. <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v23n40/2145-4558-unem-23-40-147.pdf>
47. Ruperti, C. J., Mendoza, G. J., Lucas, I. M., & Franco, M. J. (2021). El desarrollo territorial y el pensamiento económico. *Rev. Sociedad & Tecnología*, 4(3). <https://institutojubones.edu.ec/ojs/index.php/societec/article/view/145/432>
48. Saldaña, d. L., Borjorquez, G. L., & Carlos, O. C. (2021). Impacto del uso de las TIC en la competitividad de las pymes en Aguas Calientes. *Rev. Ciencia Tecnología*(61). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8039419>
49. Sánchez, C. (2019). Economía globalizada Impacto del comercio electrónico en las pymes de la ciudad de Santa Rosa La Pampa. *Rev. Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 9(2). <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/perspectivas/article/view/4022/4106>

50. Santistevan, V. K., Fernández, E. B., & Posligua, D. K. (2022). Utilidad de las plataformas virtuales en el desarrollo empresarial de las MiPymes del cantón Montecristi. *Rev. Dominio de las ciencias*, 8(1), 219-233. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383417>
51. Solano, H. E. (2023). *Estrategia metodologica para la integración de las TIC en los procesos de enseñanza aprendizaje por parte de docentes de la educación sopuerior* Colombiana. [https://repositori.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/160507/Solano\\_Hernandez\\_Ernesto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/160507/Solano_Hernandez_Ernesto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
52. Uribe, Z. A., Zambrano, A. J., & Cano, V. L. (2023). Usos educativos de TIC en docentes rurales de Colombia. *Rev. Desarrollo e Innovación*, 13(2), 287-298. <http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v13n2/2389-9417-ridi-13-02-287.pdf>
53. Valenzuela, O. D., Silverio, F. M., Martinez, T. J., & Da Rosa, C. (2023). Utilización de las tecnologías de la información y comunicación en la Micro, pequeñas y medianas empresas. *Rev. Ciencia Latina*, 7(6), 1-16. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/8938/13319>
54. Vasquez. (2021). Factores críticos para la adopción de las TIC en micro y pequeñas empresas industriales. *Rev. Industrial Data*, 24(2), 273-292. <http://www.scielo.org.pe/pdf/idata/v24n2/1810-9993-idata-24-02-273.pdf>
55. Vizcaino, Z. P., Maldonado, P. I., & Cedeño, C. R. (2023). Metodología de la investigación científica Guia práctica. *Rev. CienciaLatina*, 7(4). <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

# ANEXOS

## Anexo 1 Patente Municipal.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE MACHALA

DEPARTAMENTO DE GESTIÓN TRIBUTARIA

0000:9996

VALOR USD. 1,00

DIRECCIÓN FINANCIERA

**PATENTE MUNICIPAL** (Válida hasta 31 de diciembre del 2022)

DISTROM S.A. (29756)

CONTRIBUYENTE: VTA PERNOS,ACCESORIOS ELECTRODOMESTICOS- 2022

RAZÓN SOCIAL: VTA. ART. DE FERRETERIA Valor Especial: \$1,00

AÑO: 

ACTIVIDAD: Abg. Raul Cedillo Zambrano

DIRECCIÓN: COORDINADOR DE GESTIÓN TRIBUTARIA MUNICIPAL(S) C.JRG Imp:22660022

DE CONFORMIDAD CON EL ART. 547 DEL CÓDIGO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN Y ORDENANZA

## Anexo 2 Permiso del Cuerpo de Bomberos

CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DE MACHALA

PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO LOCALES COMERCIALES

Nro 37805 449835

**RECAUDACIÓN MULTIPERNOS**

LOCALIDAD: MACHALA RUC: 1768099810001

Dirección: VELA - ARIZAGA Y GRAL. MANUEL SERRANO RENDA

Representante: ROMERO ROSERO CINDY MELISSA

Identificación: 0791745497001

Año: 2023

Provincia: EL ORO

Ciudad: MACHALA

Fecha de Pago: 29/01/2024

Válido Hasta: 31/12/2024

RUBROS	VALORES
PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO LOCALES	270,00
TOTAL A PAGAR: \$	270,00

Observación del título: TARJETA CREDITO BOLIVARIANO

VISTOS en razón de haber cumplido con todos los requisitos de la Ley de Defensa contra Incendios Decreto 3109A publicado en Enero de 1979 que exige esta jefatura.

ING. LILIANA CUENCA E. JEFE FINANCIERO

TANIA LOJANO RECAUDADOR FISCAL

Cancelado

Dirección: CALLE BOLIVAR Y AYACUCHO MACHALA - EL ORO - ECUADOR TELEFAX: 2968458 - EMERGENCIAS 911

## Anexo 3 Permiso Anual.

CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DE MACHALA

PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO LOCALES COMERCIALES

Nro 37806 449838

**RECAUDACIÓN DISTROM S A**

LOCALIDAD: MACHALA RUC: 1768099810001

Dirección: ARIZAGA SN Y SN - ROMERO ROSERO CINDY MELISSA

Representante: ROMERO ROSERO CINDY MELISSA

Identificación: 0791745497001

Año: 2023

Provincia: EL ORO

Ciudad: MACHALA

Fecha de Pago: 29/01/2024

Válido Hasta: 31/12/2024

RUBROS	VALORES
PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO LOCALES	121,50
TOTAL A PAGAR: \$	121,50

Observación del título: TARJETA CREDITO BOLIVARIANO

VISTOS en razón de haber cumplido con todos los requisitos de la Ley de Defensa contra Incendios Decreto 3109A publicado en Enero de 1979 que exige esta jefatura.

ING. LILIANA CUENCA E. JEFE FINANCIERO

TANIA LOJANO RECAUDADOR FISCAL

Cancelado

Dirección: CALLE BOLIVAR Y AYACUCHO MACHALA - EL ORO - ECUADOR TELEFAX: 2968458 - EMERGENCIAS 911

Anexo 4 Balance General.



**DISTROM S.A.**

**RUC. 0791745497001**

DIR. MATRIZ: VELA E ARIZAGA Y GENERAL MANUEL SERRANO

DIR. SUCURSAL: SUCRE 222 E NAPOLEON MERA Y 23 DE ABRIL

Fecha desde: Martes, 01 de Enero del 2023

Fecha hasta: Domingo, 31 de Marzo del 2023

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
Código Cta.	Descripción	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
1	<b>ACTIVO</b>					<b>382.173,55</b>
1.1.	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				373.786,54	
1.1.01.	<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO</b>			182,64		
1.1.01.01.	<b>CAJA-MCH</b>		182,64			
1.1.01.01.01	Caja General	182,64				
1.1.01.01.02	Caja Chica - Mch					
1.1.02.	<b>ACTIVOS FINANCIEROS</b>			10.257,71		
1.1.02.01.	<b>ACTIVOS FINANCIEROS A VALOR RAZONABLE</b>		10.257,71			
1.1.02.01.01	Banco Pichincha	3.341,63				
1.1.02.01.02	Banco Internacional	6.916,08				
1.1.03.	<b>CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR</b>			14.864,00		
1.1.03.01.	<b>CUENTAS POR COBRAR</b>		15.842,52			
1.1.03.01.01	Cuentas por cobrar clientes	15.842,52				
1.1.03.06.	<b>PROVISIONES</b>		-978,52			
1.1.03.06.01	Provisiones para cuentas Incobrables		-978,52			
1.1.04.	<b>INVENTARIOS</b>			348.482,19		
1.1.04.01.	<b>INVENTARIOS EN ALMACEN</b>		348.482,19			
1.1.04.01.01	Inventario de mercadería en almacén	348.482,19				
1.1.05.	<b>ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES</b>					
1.1.05.01.	<b>PAGOS POR IMPUESTOS CORRIENTES AL SRI</b>					
1.1.05.01.04	Anticipo de impuesto a la renta					
1.2.	<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				8.387,01	
1.2.01.	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSION</b>			8.930,65		
1.2.01.02	Equipo de Computo y Software		2.110,59			
1.2.01.03	Vehículos		1.230,06			
1.2.01.04	Muebles y enseres		5.590,00			
1.2.02.	<b>DEPRECIACIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			-543,64		
1.2.02.06	Deprec. Acum. Propiedad Planta y Equipo		-543,64			
1.2.03.	<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>					
1.2.03.01	Sistema Contable					
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>					<b>382.173,55</b>
2	<b>PASIVO</b>					<b>263.296,65</b>
2.1.	<b>PASIVO CORRIENTE</b>			92.455,12		
2.1.01.	<b>CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES</b>		32.296,14			
2.1.01.01	Cuentas por pagar a proveedores	32.296,14				
2.1.05.	<b>OBLIGACIONES PATRONALES CON EL IESS</b>		3.531,04			
2.1.05.01	Aporte personal 9.45%	848,93				
2.1.05.02	Aporte patronal 11.15%	690,21				
2.1.05.03	Iece - Setec 1%	61,90				
2.1.05.06	Prestamos Quirografarios IESS	497,41				
2.1.05.07	Prestamos Hipotecarios IESS	791,78				
2.1.05.08	Fondos de Reserva por pagar	640,81				
2.1.06.	<b>BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS</b>		6.798,38			
2.1.06.01	Sueldos por pagar	2.502,97				
2.1.06.02	Participación a Trabajadores por pagar	4.295,41				
2.1.07.	<b>BENEFICIOS SOCIALES - PROVISIONES</b>		8.049,11			
2.1.07.01	XIII Sueldo por pagar	4.654,66				
2.1.07.02	XIV Sueldo por pagar	1.438,80				
2.1.07.03	Vacaciones por pagar	1.955,65				
2.1.08.	<b>OBLIGACIONES FISCALES POR PAGAR - SRI</b>		6.780,46			

2.1.08.02	Ret. Fte. 1% por pagar	263,89			
2.1.08.03	Ret. Fte. 2% por pagar	12,88			
2.1.08.04	Ret. Fte. 8% por pagar	136,00			
2.1.08.05	Ret. Fte. 10% por pagar	44,44			
2.1.08.06	Ret. Fte. 30% por pagar	42,92			
2.1.08.07	Ret. Fte. 70% por pagar	21,84			
2.1.08.08	Ret. Fte. Iva 100% por pagar	173,33			
2.1.08.08	Impuesto a la Renta por pagar del periodo	6.085,16			
2.1.09.	<b>OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS C/P</b>		35.000,00		
2.1.09.01	Prestamos bancarios Bco INTERNACIONAL	35.000,00			
2.2.	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			170.841,53	
2.2.03.	<b>OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS L/P</b>				
2.2.03.01	Prestamos bancarios Bco INTERNACIONAL				
2.2.04.	<b>PRESTAMOS POR PAGAR - ACCIONISTAS</b>		170.841,53		
2.2.04.01	Prestamos a Socios o Accionistas	170.841,53			
	<b>TOTAL PASIVOS</b>				<b>263.296,65</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>				<b>118.876,90</b>
3.1.	<b>CAPITAL SOCIAL</b>				
3.1.01.	<b>APORTE DE CAPITAL</b>			65.000,00	
3.1.01.01	Cindy Melissa Romero Rosero	48.750,00			
3.1.01.02	Jimmy Mauricio Montoya	16.250,00			
3.1.02.	<b>APORTE FUTURA CAPITALIZACION</b>				
3.1.02.01	Aportes futura capitalización				
3.1.03.	<b>UTILIDAD</b>			52.042,97	
3.1.03.01	Utilidad del Ejercicio	52.042,97			
3.1.03.01	Utilidad Acumuladas de ejercicios anteriores				
3.1.04.	<b>RESERVAS</b>			1.833,93	
3.1.03.01	Reserva Legal	1.833,93			
	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>				<b>118.876,90</b>
	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>				<b>382.173,55</b>

LCDA. CINDY ROMERO ROSERO  
GERENTE

ING. MARCOS V. CASTRO BLACIO  
CONTADOR

Anexo 5 Estado de resultados.

**DISTROM S.A.**

**RUC. 0791745497001**

DIR. VELA E ARIZAGA Y GENERAL MANUEL SERRANO

DIR. SUCURSAL: SUCRE 222 E NAPOLEON MERA Y 23 DE ABRIL

Fecha desde: Martes, 01 de Enero del 2023

Fecha hasta: Domingo, 30 de Junio del 2023

<b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL</b>				
<b>Código Cta.</b>	<b>Descripción</b>			
4	<b>INGRESOS</b>			
4.1.	<b>INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>			<b>286.598,02</b>
4.1.01.	<b>VENTAS DE BIENES (MATRIZ)</b>		<b>192.020,67</b>	
4.1.01.01	Ventas Matriz - tarifa 12%	154.661,07		
4.1.01.02	Ventas Matriz - tarifa 0%	687,01		
4.1.01.03	Ventas Matriz - Sin Doc/ Legal	36.672,59		
4.2.01.	<b>VENTAS DE BIENES (SUCURSAL)</b>		<b>94.577,35</b>	
4.2.01.01	Ventas Sucursal - tarifa 12%	76.176,35		
4.2.01.02	Ventas Sucursal - tarifa 0%	338,38		
4.2.01.03	Ventas Sucursal - Sin Doc/ Legal	18.062,62		
	<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>286.598,02</b>
5	<b>COSTOS</b>			
5.1.	<b>COSTOS</b>			<b>114.086,05</b>
5.1.01.	<b>COSTO DE VENTA (ALMACEN)</b>		<b>114.086,05</b>	
5.1.01.01	Inventario inicial	353.264,27		
5.1.01.02	Compras netas	109.303,97		
5.1.01.03	Inventario Final (-)	-348.482,19		
5.2.	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS (MATRIZ)</b>			<b>68.951,93</b>
5.2.01.	<b>SUELDOS Y SALARIOS AL PERSONAL</b>		<b>34.695,06</b>	
5.2.01.01	Sueldos al Personal	30.513,73		
5.2.01.02	Horas extras Administrativo	4.181,33		
5.2.02.	<b>BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES</b>		<b>5.955,53</b>	
5.2.02.01	Decimo Tercer Sueldo	2.891,26		
5.2.02.02	Decimo Cuarto Sueldo	1.618,65		
5.2.02.03	Vacaciones	1.445,63		
5.2.03.	<b>APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>		<b>7.106,59</b>	
5.2.03.01	Aporte patronal 11.15%	3.868,50		
5.2.03.02	IECE 1%	346,95		
5.2.03.03	Fondos de Reserva 8.33%	2.891,14		
5.2.04.	<b>HONORARIOS PROFESIONALES</b>		<b>2.910,24</b>	
5.2.04.01	Honorarios al contador	2.666,64		
5.2.04.02	Servicios Prestados	243,60		
5.2.05.	<b>ARRENDAMIENTOS</b>		<b>6.000,00</b>	
5.2.05.01	Arriendo de oficina	6.000,00		
5.2.06.	<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIONES</b>		<b>1.376,46</b>	
5.2.06.01	Mantenimiento de oficina	1.376,46		
5.2.07.	<b>COMBUSTIBLES</b>		<b>55,98</b>	
5.2.07.01	Combustibles y Lubricantes	55,98		

5.2.08.	<b>PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>		<b>260,00</b>	
5.2.08.01	Publicidad	260,00		
5.2.09.	<b>SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS</b>		<b>1.407,57</b>	
5.2.09.01	Suministros y Materiales de oficina	1.407,57		
5.2.10.	<b>TRANSPORTE</b>		<b>244,81</b>	
5.2.10.01	Transporte	244,81		
5.2.11.	<b>SEGUROS</b>		<b>1.955,37</b>	
5.2.11.01	Seguros y Reaseguros	1.955,37		
5.2.12.	<b>IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES</b>		<b>1.603,76</b>	
5.2.12.01	Contribucion a Super de Compañías	312,89		
5.2.12.02	Impuestos 1.5 x mil Sobre los activos	526,25		
5.2.12.03	Matricula de Vehículo	71,48		
5.2.12.04	Pago a bomberos	257,30		
5.2.12.05	Pago de patentes	435,84		
5.2.13.	<b>COMISIONES</b>		<b>939,78</b>	
5.2.13.01	Comisiones Locales	939,78		
5.2.14.	<b>INTERESES BANCARIOS</b>		<b>593,79</b>	
5.2.14.01	Intereses en prestamos bancarios	593,79		
5.2.15.	<b>SERVICIOS PUBLICOS</b>		<b>851,44</b>	
5.2.15.01	Servicios públicos	851,44		
5.2.16.	<b>GASTOS DE GESTIÓN</b>		<b>653,03</b>	
5.2.16.01	Agasajos al Personal	653,03		
5.2.23.	<b>PAGOS POR OTROS SERVICIOS</b>		<b>1.527,58</b>	
5.2.23.01	Otros Servicios	272,64		
5.2.23.02	Internet	900,00		
5.2.23.03	Telefonía Celular	354,94		
5.2.24.	<b>PAGOS POR OTROS BIENES</b>		<b>814,94</b>	
5.2.24.02	Otros Bienes	814,94		
5.3.	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS (SUCURSAL)</b>			<b>21.924,01</b>
5.3.01.	<b>SUELDOS Y SALARIOS AL PERSONAL</b>		<b>12.240,60</b>	
5.3.01.01	Sueldos al Personal	10.847,04		
5.3.01.02	Horas extras Administrativo	1.393,56		
5.3.02.	<b>BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES</b>		<b>2.118,68</b>	
5.3.02.01	Decimo Tercer Sueldo	1.020,05		
5.3.02.02	Decimo Cuarto Sueldo	588,60		
5.3.02.03	Vacaciones	510,03		
5.3.03.	<b>APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL</b>		<b>2.507,24</b>	
5.3.03.01	Aporte patronal 11.15%	1.364,83		
5.3.03.02	IECE 1%	122,41		
5.3.03.03	Fondos de Reserva 8.33%	1.020,01		
5.3.05.	<b>ARRENDAMIENTOS</b>		<b>4.200,00</b>	
5.3.05.01	Arriendo de oficina	4.200,00		
5.3.06.	<b>SERVICIOS PUBLICOS</b>		<b>857,49</b>	
5.3.06.01	Servicios Públicos	857,49		
	<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>			<b>204.961,99</b>

5,4	<b>UTILIDAD BRUTA</b>		81.636,03
5,5	<b>PARTICIPACION A TRABAJADORES</b>		<b>12.245,41</b>
5.5.01	15% Participacion a trabajadores	12.245,41	
5,6	<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>		<b>17.347,66</b>
5.6.01	25% Impuesto a la Renta	17.347,66	
5,7	<b>RESERVA LEGAL</b>		<b>0,00</b>
5.7.01	Reserva Legal		
	<b>UTILIDAD NETA DEL PERIODO</b>		<b>52.042,97</b>

\_\_\_\_\_  
**LCDA. CINDY ROMERO ROSERO**  
GERENTE  
DISTROM S.A.

\_\_\_\_\_  
**ING. MARCOS V. CASTRO BLACIO**  
CONTADOR  
DISTROM S.A.