



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

Implementación de las TIC para mejora empresarial

ARTÍCULO ACADÉMICO QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA
OPTAR EL TÍTULO DE **INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

Autor

Carlos Andrés Salvador Rodríguez

Tutor

Roberto Flores Torres

SAMBORONDÓN, JUNIO 2014

Resumen

En este trabajo se expresa la importancia de las TIC a nivel empresarial, siendo aplicables para empresas que recién empiezan e incluso multinacionales, sin importar el capital que se tenga y que desean contar con un tipo de innovación que en el día a día va evolucionando de manera constante. Se analizó las variables que se tomaron en consideración en el censo de TIC realizados en el 2011 en donde se expondrá la importancia de estos datos para demostrar los beneficios de implementación de las TIC a nivel empresarial. Los roles que juegan en la administración de las organizaciones y en los procesos internos de la empresa a fin de realizar más eficientemente las gestiones organizacionales esperando mejores resultados y mejoras tangibles. Además el importante crecimiento de los dispositivos móviles y de varios puntos de acceso al internet nos da una visión de innovación constante, utilizando las redes sociales para incursionar en nuevos mercados.

Palabras Claves

Desarrollo empresarial, TIC, Redes sociales, Expansión de mercado, aumento de rentabilidad, Uso de la información, Interacción con los consumidores, monitoreo.

Abstract

This paper express the importance of the TICS in the business, that could be applicable for companies that just started of multinationals no matter the capital that they have y would like to improve and innovate day by day in a constant way. Its analyze the variables that took off in the study of the TICS in the year 2011 which it is going to expose the importance of this data in order to show the benefits of implementation of the TICS in the business, the roll that they play in the business administration of the organizations and in the internal process of the company, making them more efficient in the process of the organization with better results and tangibles results.

Beside the important grown of the mobile devices and of several access points to the internet that give us a different vision of innovation, using the social networks to enter new markets.

Key Words: Business Development, ICT, Social Networking, market expansion, increased profitability, usage information, interaction with consumers, monitoring.

Introducción

Con este documento académico se tratara de demostrar lo importante de las nuevas tecnologías de información y comunicación para el desarrollo de las empresas que no han optado por implementarlas por varias razones y se demuestra las funcionalidades que las TIC puedan tener en la empresa para cambios positivos que harán una mejor gestión y más eficiente de los procesos empresariales.

Actualmente las organizaciones están implementando las TIC porque generan un posicionamiento más marcado en nuestro mercado, ya que tienen un impacto más profundo en los consumidores, influyendo de tal manera que exista más comercio y rotación de productos que genere más ingresos a las empresas. Grandes empresas y Pymes como Cartimex, Diario el Universo, restaurante Wingers, Centro Comercial Village Plaza e incluso pequeñas islas comerciales como Smartphone Center, han optado por la implementación de las TIC por sus diversos beneficios que ofrecen tanto en la parte administrativa como comercial que ha generado que abarquen mucho más mercado y ganándose la fidelidad de sus clientes.

El restaurante Wingers se promociona por redes sociales, medios de comunicación el cual genera un aumento significativo de clientes que día a día van sumándose, de igual manera el centro comercial Village Plaza, que siempre está en constante comunicación con sus consumidores. Las TIC a nivel administrativo crea una organización más sólida y estructurada, tal es el caso de Cartimex, que actualmente es líder en tecnología en Ecuador, que esta expandiéndose no solo a Guayaquil sino a varias provincias del país.

Marco teórico

Las técnicas de información y comunicación (TIC) se han desarrollado durante varios años dándole un mejor giro a los negocios tradicionales volviéndolos más eficientes tanto en gestiones como estrategias de mercado. Esto va ligado de la evolución tecnológica que distintos profesionales han sabido avanzar en el ámbito de la informática y las telecomunicaciones.

Para tenerlo claro las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos.

El elemento más importante y representativo de las nuevas tecnologías desarrolladas durante los últimos años es sin duda el Internet. Como indican diferentes autores el internet supone una evolución de gran magnitud cambiando y redefiniendo esquemas sistemáticos que anteriormente las personas no hubieran tomado como medida para implementarse dentro de una organización.

"Suele decirse que Internet es un medio de comunicación, y ello es muy cierto. Sin embargo, Internet posee otras cualidades 'mediáticas', y por ello diremos que esa red es: un medio de comunicación, un medio de información, un medio de memorización, un medio

de producción, un medio de comercio, un medio para el ocio y el entretenimiento y un medio de interacción" (Echeverría, 2000)

Además de la importancia del internet, mencionare algunas de las características que diferentes autores especifican como representativas de las TIC, recogidas por Julio Cabero (Cabero, 2000):

Inmaterialidad. En líneas generales podemos decir que las TIC realizan la creación (aunque en algunos casos sin referentes reales, como pueden ser las simulaciones), el proceso y la comunicación de la información. Esta información es básicamente inmaterial y puede ser llevada de forma transparente e instantánea a lugares lejanos para distintos usos y beneficios.

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

Interconexión. La interconexión hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías. Por ejemplo, la telemática es la interconexión entre la informática y las tecnologías de comunicación, propiciando con ello, nuevos recursos como el correo electrónico, los IRC, etc.

Instantaneidad. Las redes de comunicación y su integración con la informática, han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.

Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido. El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han ido encaminados a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual ha sido facilitado por el proceso de digitalización.

Digitalización. Su objetivo es que la información de distinto tipo (sonidos, texto, imágenes, animaciones, etc.) pueda ser transmitida por los mismos medios al estar representada en un formato único universal. En algunos casos, por ejemplo los sonidos, la transmisión tradicional se hace de forma analógica y para que puedan comunicarse de forma consistente por medio de las redes telemáticas es necesario su transcripción a una codificación digital, que en este caso realiza bien un soporte de hardware como el modem o un soporte de software para la digitalización.

Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos. Es posible que el uso de diferentes aplicaciones de la TIC presente una influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos, más que sobre los propios conocimientos adquiridos. En los distintos análisis realizados, sobre la sociedad de la información, se remarca la enorme importancia de la inmensidad de información a la que permite acceder Internet.

“Si tu empresa es pequeña, entonces tu investigación debe ser proporcional a su tamaño, y la web te ofrece muchas opciones que, además de útiles son gratuitas.” (Clark, 2014)

También existen diferentes puntos de vista de diferentes autores en donde mencionan la baja calidad y confiabilidad de los sistemas informáticos y de la adulteración de

información en las distintas redes que existen, la manipulación de la información y los fraudes que pueden perjudicar el mercado y a los consumidores.

No obstante, pese a discrepancia de opiniones en pro y contra de los sistemas de comunicación, las posibilidades que brindan las TIC incluyen un cambio positivo en los procesos más que en los productos como tales. “En este mundo tan competitivo, en donde cada peso cuenta, toma decisiones acertadas y sé realista con tu empresa. Si no tienes presupuesto y estás empezando, haz que tu oficina, vitrina, mercado y el mundo sean la web” (Clark, 2014).

Una persona no dispone solo de un conjunto de información para expandir conocimientos mediante las TIC sino que además puede asociarse con grupos semejantes, de diferentes culturas, estatus que compartan los mismos gustos o intereses mediante la globalización del internet, siendo esto uno de los beneficios más importantes que nos brinda.

“En la web, como en la calle o en un periódico, cada anuncio es uno entre miles, y tiene que tener algo que lo haga único para que el usuario decida hacer clic. ¿Qué lleva a un consumidor a hacer un clic? ¿Y qué a tomar una decisión de compra?” (Valle, 2013), director comercial para Pymes en Hispanoamérica de Google.

Las TIC pueden ser implementadas en todos los tipos de procesos personales, empresariales y hasta educativos. Además tiene penetración en los sectores culturales, industriales de un sector, a un bajo costo. Con la educación del milenio, más usuarios estarán conectados y podrán tener un mejor acceso a la información y comunicación.

"Aprovecho cada ocasión que tengo para puntualizarlo: Internet no es un medio, es un canal. Los distintos medios que utilizan Internet como canal son la Web, el correo electrónico, el telnet e incluso la televisión y la radio" (Candeira, 2007).

Hoy en día es inaceptable concebir una empresa exitosa sin el apoyo de las tecnologías de la información y comunicación, tanto como para administrar sus negocios y para estrategias de mercado para con los clientes, generar más riquezas y utilidades, interactuando con los consumidores y verdaderamente identificar las necesidades de ellos, siempre creando el vínculo de fidelidad.

Los sistemas informáticos están cada vez más presentes en las TIC, además han llegado en el mundo empresarial como una solución para generar más utilidades y expandiendo más mercados a menores costos y usando menos recursos.

La revolución de los sistemas informáticos está afectando a la competencia en tres aspectos: cambia la estructura de la industrias, comercio y altera las reglas de la competencia, crea ventajas competitivas, otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales, crea nuevos negocios entre los existentes, frecuentemente dentro de las operaciones de la compañía, lo que ha generado cambios radicales en estructuración de los negocios y rompiendo barreras sistemáticas que antiguamente las empresas se basaban.

En los indicadores de tecnologías de información tenemos ciertas variables que nos ayudan a ver el nivel de crecimiento en la tecnología, estas variables son: Índice de disponibilidad de red, regulaciones, infraestructura, calidad en la educación, calidad de instituciones de investigación, niveles de preparación individual y niveles de uso individual de las TIC, en donde los países con más porcentaje de nivel esta México, China, República Dominicana.

Implementación de las Tic para mejora empresarial

En lo que respecta a países vecinos de Ecuador tenemos a Colombia con una alta calidad en la educación con cerca de 86 puntos porcentuales, y con 87 puntos en la calidad de las instituciones de investigación. Estados Unidos siendo potencia mundial no cuenta con niveles altos en las variables antes escritas al igual que Canadá.

Entre las áreas que se pueden implementar las TIC podemos identificar las siguientes:

Áreas de implementación de las TIC en base a tareas y beneficios

Articulación de la empresa	Tareas	Beneficios
Clientes	Gestión de pedidos Facturación Control de Clientes Historial de pedidos Información sobre productos Localización de clientes potenciales	Mas canales de comunicación Menores costos Mayor Gestión Interacción constante Estado de operaciones en tiempo real
Entre areas o departamentos	Comunicación Seguimiento de procesos Control de inventarios Contabilidad Reportes de personal	Mayor fluidez de la comunicación Contacto permanente Reduce costos transacción
Proveedores	Gestión de pedidos Facturación	Mayor Gestión Interacción constante

Implementación de las Tic para mejora empresarial

	Información de productos en stock Historial de pedidos	Mejora en horarios de atención Compartir información Menores costos de operación
Sector financiero	Manejo de capital Transferencias	Mejores formas de financiamiento
Gobierno	Ventanilla única Programas de apoyo Asesorías Regulaciones Impuestos Información de tramites	Atención más rápida Información de tramites Ventana de oportunidades

Tabla #1: Áreas de implementación de las TIC en base a tareas y beneficios. Elaboración (Bruque & Moyano, 2007)

Claramente podemos ver que en el sector del gobierno, ahora denominado como egovernment podemos ver la importancia de las TIC para todos los usuarios, ya que se cuenta con apoyo inmediato mediante la interacción con los trabajadores públicos en donde nos facilitan de manera más eficiente la información y trámites que desean realizar.

La atención a los usuarios ha mejorado desde que las TIC han sido implementadas en la mayoría de las instituciones públicas, y están en constante innovación, mejorando los procesos y tomando en consideración la opinión de los usuarios.

El actual egovernment está implementando el uso de las redes sociales fuertemente, siendo Twitter una de las redes sociales más usadas, incluso por el Presidente Rafael Correa, en donde uno puede escribir directamente a los encargados sobre diferentes situaciones para que se tomen acciones inmediatas y correctivas sobre procesos de las instituciones.

Con respecto a las empresas esta herramienta nos permite tener varios roles importantes, entre esos las gestiones más eficientes dentro de la empresa y estar en constante comunicación con los proveedores para evitar no tener productos de rotación y finalmente perder una venta o un cliente. “Cada vez más, la conectividad provocada por Internet permite trabajar desde cualquier lugar hacia cualquier parte del mundo, reunirse mediante call conference, despachar a domicilio y un sinfín más de opciones” (Clark, 2014).

Las TIC tienen varios roles dentro de una organización, (Bruque & Moyano, 2007) como lo detallare a continuación:

En el rol de la administración se necesita una gran cantidad de información, por lo que la profesionalización de los procesos deberán ser originados por el crecimiento y la adopción de las tecnologías de información.

En el liderazgo tecnológico, el líder de TI debe convencer al resto de la necesidad de un cambio, de una innovación dentro de la empresa. Como estrategia tecnológica los procedimientos de benchmarking preceden a la decisión de toma de esta medida.

Por las necesidades de crecimiento la adopción de estas tecnologías de información presiona la necesidad de crear nuevos departamentos durante el proceso de cambio, el cual crea una presión a la competencia y además un cambio dentro de la empresa para que todos adopten estas tecnologías.

Las TIC en el rol de la administración generalmente se realiza en conjunto con sistemas de calidad para ser una empresa más eficiente y mejorar los procesos. En la formación y socialización para ayudar a las personas mayores, que tienen varios años trabajando el mismo sistema a que se acostumbren a estos cambios e innovaciones que se irán realizando paulatinamente dentro de la empresa. La edad es un factor importante pues en los jóvenes es más fácil adaptarse a un nuevo sistema, pero en las personas mayores que ya tienen su forma de hacer las cosas porque lo han venido haciendo durante varios años puede causar malestar y dificultades de aprendizaje, tal sería el caso de ingreso y salida de mercadería, que quizás anteriormente se lo realizaba de manera manual, ahora se lo puede hacer a través de dispositivo con acceso a internet, en donde todos los usuarios, en tiempo real pueden ver el stock de sus productos para poder ofrecerlo a los clientes.

Además existe el temor en la estructura jerárquica del personal que como producto de la automatización en ciertas áreas de la empresa, con el proceso de automatización los controles deben de mejorar.

Las tecnologías de información y comunicación no se reflejan únicamente y exclusivamente en los individuos o grupos de cierto sector sino que se extiende a un conjunto mayoritario como puede ser un país o incluso todas las sociedades del planeta.

Las TIC actualmente están generando innovación y cambio constante en ámbitos sociales, culturales, económicos en varias empresas que las implementan para su desarrollo y crecimiento de mercados a lo largo de los últimos años. Sin embargo estos cambios o revolución tecnológica que tenemos no implican que exista un rechazo a los sistemas utilizados anteriormente. Todavía existen procesos que gran parte de las empresas no pueden automatizar por distintas razones, tales como: factores estructurales, económicos que poco a poco, a medida que nos vayamos acostumbrando y existan más facilidades de implementación se lo ira gestionando.

En base a los avances tecnológicos que hemos tenido hemos creado una tendencia hacia automatización. La complejidad de estos sistemas nos influye a la aparición de diferentes y distintas herramientas que permitan un mejor manejo, más eficiente de los recursos y actividades que se realicen en las distintas áreas a implementar.

Los beneficios de las tecnologías son muy diversos desde la comunicación entre clientes y proveedores, hasta el proceso de la información para crear nuevas oportunidades y mejoras dentro de la organización utilizándolas como nosotros deseemos.

Cabe recalcar que entre las tecnologías de información y comunicación se encuentran el uso de las redes sociales, que son herramientas usadas a través del internet que nos sirven para tener un posicionamiento de marca que nos permita expandir nuestros mercados y tener una interacción más dinámica con los clientes.

Las redes sociales en la actualidad son muy importantes ya que no solo ocupan mucho tiempo en la vida diaria de las personas sino que también sirve a millones de empresas para publicitarse y promocionar sus productos y/o servicios. Mucho más aun en el caso de las

nuevas empresas que entre sus primeros objetivos está el de penetrar rápidamente en el mercado.

El fenómeno de las redes sociales se le ha unido la faceta empresarial. Para ello, se ha analizado y realizado un ejemplo, principalmente Twitter y Google+ que son las redes de mayores usuarios, sin olvidar Facebook que hasta hace unos años era la red mas influyente con más usuarios a nivel mundial.

“Ocupa las redes sociales, o herramientas como Google Analytics, ingresa en los buscadores palabras clave relacionadas con el producto o servicio que quieres proporcionar o comercializar, navega en la web, haz encuestas en internet, infórmate sobre el perfil al que apuntas, etc.” (Clark, 2014).

Debemos ser muy inteligentes a la hora de publicarnos, de tomarlo a la ligera podemos caer en un grueso error. Como nos indica (Valle, 2013) “la clave principal para el éxito de cualquier anuncio, incluso antes que el diseño o la creatividad, es la claridad. Ya sea un banner, un texto o un video, a la audiencia debe quedarle claro, desde el primer instante, cuál es el valor agregado que le aporta el producto”.

Cabe recalcar que Facebook es una de las aplicaciones que mas alcance tiene y a un bajo costo para promocionar una empresa o simplemente para llegar a posesionarse en el mercado. Con apenas una pequeña cantidad de dinero Facebook puede hacer publicidad de tu empresa en las páginas principales de ellos. Todo a través de las facilidades que ellos te brindan para explotar los recursos que uno tiene y poder maximizar ventas.

Las redes sociales virtuales han pasado de ser una actividad online especializada a un conjunto generalizado de personas. Esta herramienta interactúa entre personas,

organizaciones, empresas, proveedores, y así un sinnúmero de agrupación de personas con distintas actividades económicas y distintos estatus socio-económicos culturales que ha ido aumentando en los últimos años.

Basándonos en la aparición y crecimiento de esta herramienta tecnológica, cabe recalcar la percepción que tienen las personas respecto a las redes sociales y a la confianza que se genera entre la organización y los clientes.

“Una de las grandes ventajas de las campañas online es la flexibilidad para modificar los anuncios prácticamente en cualquier momento” (Valle, 2013).

El desarrollo de redes sociales virtuales por parte de organizaciones empresariales es un fenómeno que se encuentra en creciente importancia. Este hecho se debe a los múltiples beneficios para las organizaciones que se derivan de la participación del consumidor en este tipo de redes, como existen el caso de locales comerciales, restaurantes, centros de atención, telefonía, etc. Sin embargo, para obtener estos beneficios es necesario asegurar unos niveles de participación suficientemente elevados dentro de la red, por lo que la cantidad de seguidores o amigos que uno tenga será vital para su crecimiento.

La interacción constante con los seguidores que se tenga en la red social escogida deberá ser lo más importante, ya que si bien es cierto se podrá tener muchos participantes pero si se interactúa poco pierde atractivo para los usuarios. “sin perder de vista la sinceridad y la claridad del mensaje, es necesario escribirlo de la forma más atractiva posible, y además ser breve”, (Valle, 2013).

Existen aplicaciones como Twitterfeed que nos ayudan a administrar nuestras redes sociales. Creando una cuenta uno como usuario puede administrar varias cuentas de

distintos programas, en donde podemos estar constantemente publicando información que nos interese o que tenga relación con nuestra empresa de manera automática, sin necesidad de estar detrás de un dispositivo con internet, y este programa agrupa la información y la refleja en cuadros estadísticos. E incluso podemos ver cuántas veces fue vista la publicación y de que parte del mundo se vio.

“La publicidad en línea puede adoptar diferentes formatos: búsqueda, textos, banners o video. Es importante tener en cuenta ciertas normas de cada uno a la hora de pensar en el contenido.” (Valle, 2013).

Es una herramienta muy interesante que nos permitirá tener una mejor administración de nuestras cuentas sin necesidad de contratar a alguien ni de tener altos costos contratando un social media manager que comúnmente no son tan económicos.

“Hoy en día, es vital que las empresas comiencen a familiarizarse con los modelos de servicios en la nube para evolucionar a la par del mercado. Deberán estar muy atentas a esta evolución tecnológica, ya que estará en juego no solo su nivel de competitividad, sino también su mera existencia.” (Spinnella, 2014), Regional Product Manager Data Center, level 3.

Estos programas como aplicaciones básicas para cualquier empresa que desee comenzar y tener un potencial alcance en sus primeros meses, siempre teniendo bien claros los objetivos definidos, con poca inversión pero con un gran alcance.

El Internet ha transformado de forma sorprendente la actividad empresarial en numerosos sectores. Ya no solo basta tener una página web en donde uno pueda promocionar sus

productos sino que se necesita de estar en constante comunicación e innovación con los clientes.

Cabe recalcar que siempre se debe ser transparente con lo que comuniquemos a nuestros usuarios/clientes, ya que se corre el riesgo de la inconformidad cuando un mensaje no está bien estructurado, tal como nos menciona (Valle, 2013) “el destinatario del mensaje debe ser lo más específico posible, y cuanto más claro esté en el anuncio, mejor”.

Existen varias alternativas que el internet nos brinda ahora. Una de ellas es del almacenamiento de la información en la nube. Uno de las aplicaciones más conocidas es DropBox, en donde uno puede almacenar la información y compartirla con cualquier persona y poder acceder desde cualquier punto en donde se tenga internet. De esta manera económica nos ahorramos el tener tantos archivos en nuestro ordenador y tener todo sincronizados con las personas que le convienen.

“La Computación en la Nube (Cloud Computing) y las redes físicas de telecomunicaciones serán los componentes fundamentales tanto para soportar la información que generará la enorme cantidad de dispositivos conectados a la red, como así también para brindar los recursos necesarios a una nueva generación de aplicaciones inteligentes.” (Spinnella, 2014).

Esta aplicación puede ser bajada y guardada desde cualquier dispositivo con internet y los cambios que se realicen se realizan de forma inmediata. Una aplicación segura, efectiva y gratuita. “La nube le permitirá a las pymes olvidarse de invertir en infraestructura para ejecutar tecnología sofisticada, no servidores, no conectividad ni storage.” (Vignola, 2012).

“Emprender el camino a la nube permite a las empresas contratar servicios específicos y abaratar costos, evitando así aumentar la infraestructura del departamento de TI con aplicaciones que no serán aprovechadas.” (Vignola, 2012).

La competencia entre las empresas que usan las TIC y las empresas tradicionales está siendo especialmente visible en las políticas promocionales que implementan hoy en día. La realización de acciones de promoción de ventas se ha generalizado en los últimos años debido a la flexibilidad y eficiencia en coste que se consiguen con Internet. Sin embargo, a pesar de la importancia de las promociones de ventas en la decisión de compra y en la lealtad hacia la web, se desconoce el modo en que están usando esta herramienta.

Entre los comentarios más importantes de (Sorgente, 2014) Presidente y Gerente General de Cisco para América Latina, podemos hacer énfasis en el cual nos dice “América Latina, debe convencerse de que puede y debe innovar en tecnología”, si deseamos estar en un alto plano de competitividad.

Planteamiento del Problema

El problema actual de las empresas que recién empiezan, es saber que estrategias aplicar para expandirse y darse a conocer en el mercado, que medios son de mayor concurrencia por las personas, y sobre todo la preocupación que las estrategias impactan y que consecuencias tendrán dentro del entorno. Al ser empresas nuevas debemos optar por usar los recursos que están en tendencia.

El desconocimiento de las nuevas tecnologías y lo complejo que pueden ser muchas veces no permiten dar ese paso a implementarlos, siendo en decenas de ocasiones la mejor forma de dar un primer y fuerte impacto dentro de nuestro mercado objetivo.

Formulación del problema

¿En cuánto nos podría beneficiar la implementación de las TIC para el desarrollo empresarial? ¿Cuáles son los mayores beneficios y que impacto podría tener en nuestra organización?

Metodológica

Para llegar a los resultados se realizaron análisis cuantitativos en base a la información brindada por el INEC y su reporte Anual de estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicación del 2011, en donde se verá las variables más importantes del uso, consumidores e influencia de la tecnología en la sociedad actual. Cuya información será detallada posterior a la información mencionada.

Se analizó los porcentajes de usuarios que usan las TIC a diario en donde vemos claramente que existe un importante incremento de personas que van involucrándose con las nuevas tecnologías, lo que nos abre las puertas a nuevos mercados para poder promocionar nuestros bienes y servicios.

Habiendo tanta información respecto a las TIC en la página del INEC se trató de seleccionar los datos estadísticos más relevantes para su análisis.

Implementación de las Tic para mejora empresarial

Las fuentes de estos datos provienen en base a la Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo ENEMDUR.

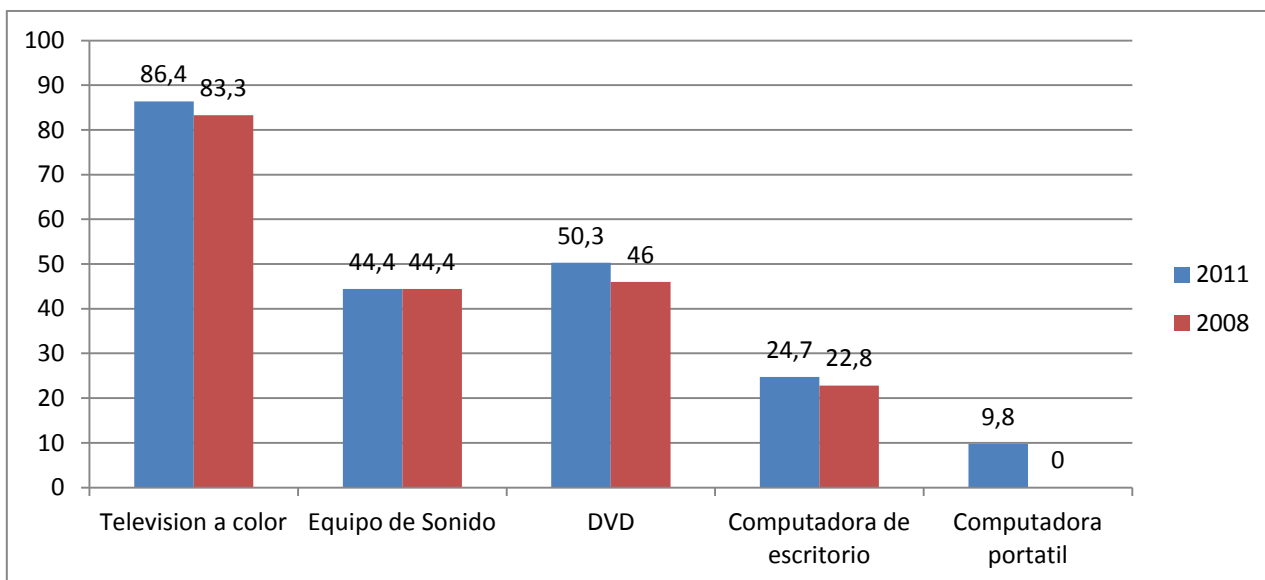


Figura #1: Equipamiento Tecnológico en el hogar. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

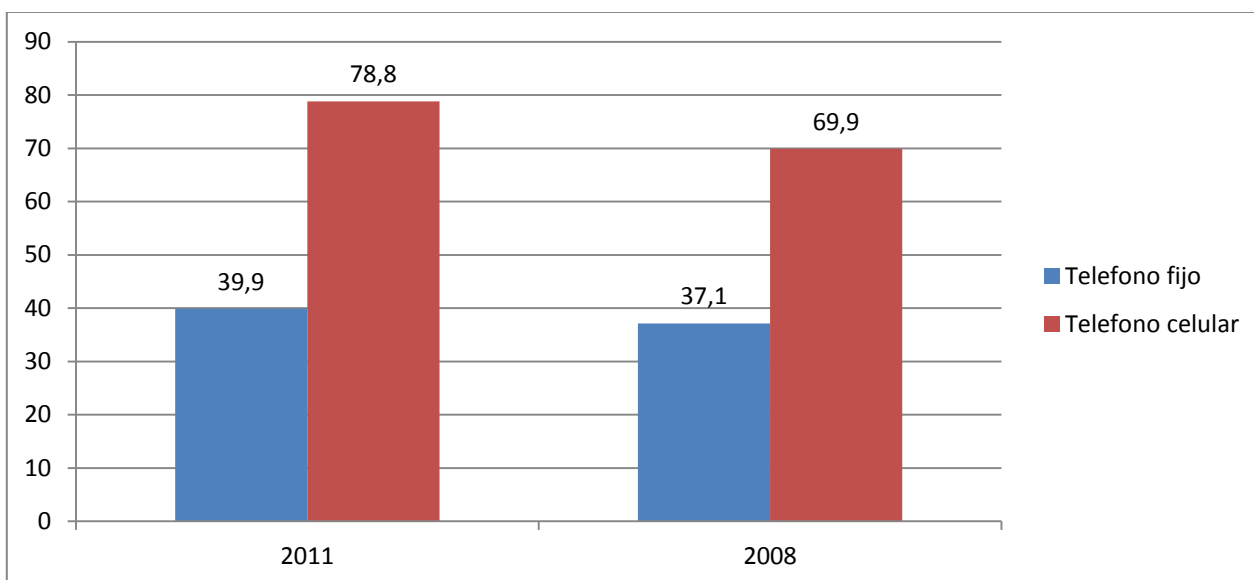


Figura #2: Hogares que tienen teléfono fijo y celular. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

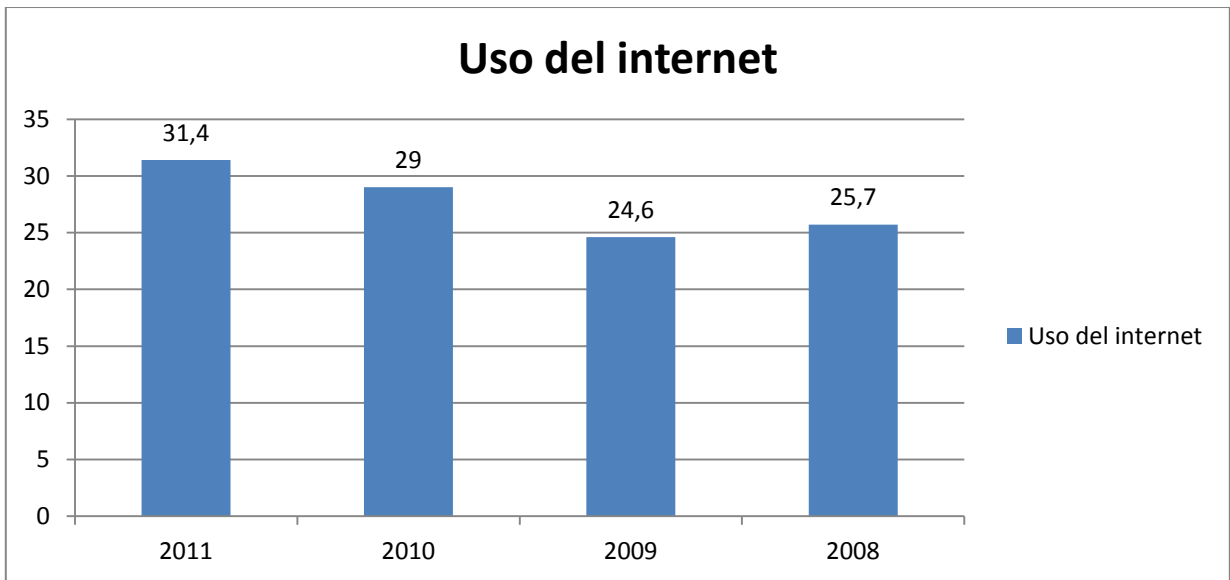


Figura #3: Personas que en los 12 últimos meses han usado internet. Fuente: INEC.

Elaborado por ENEMDUR

Siendo las personas entre 16 y 24 años el grupo más grande que usa el internet, seguido por las personas entre 25 a 34. Existen más usuarios del internet del sexo femenino que masculino.

Implementación de las Tic para mejora empresarial

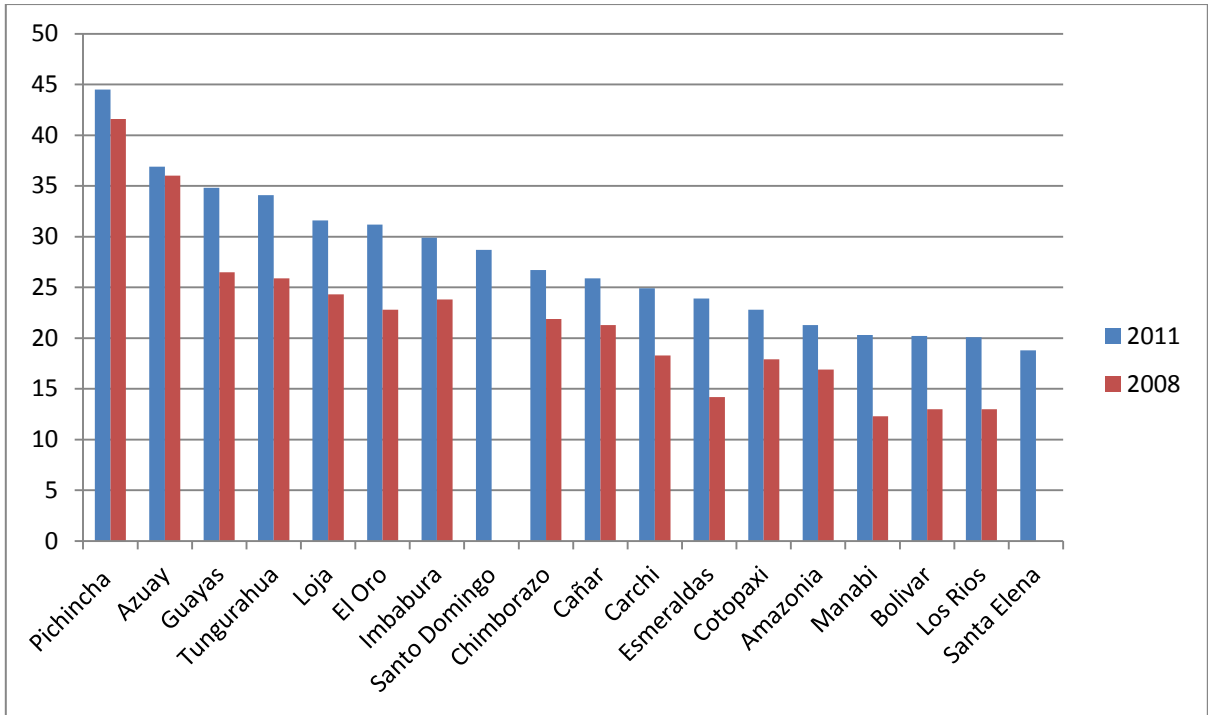


Figura #4: Uso de internet por provincias. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

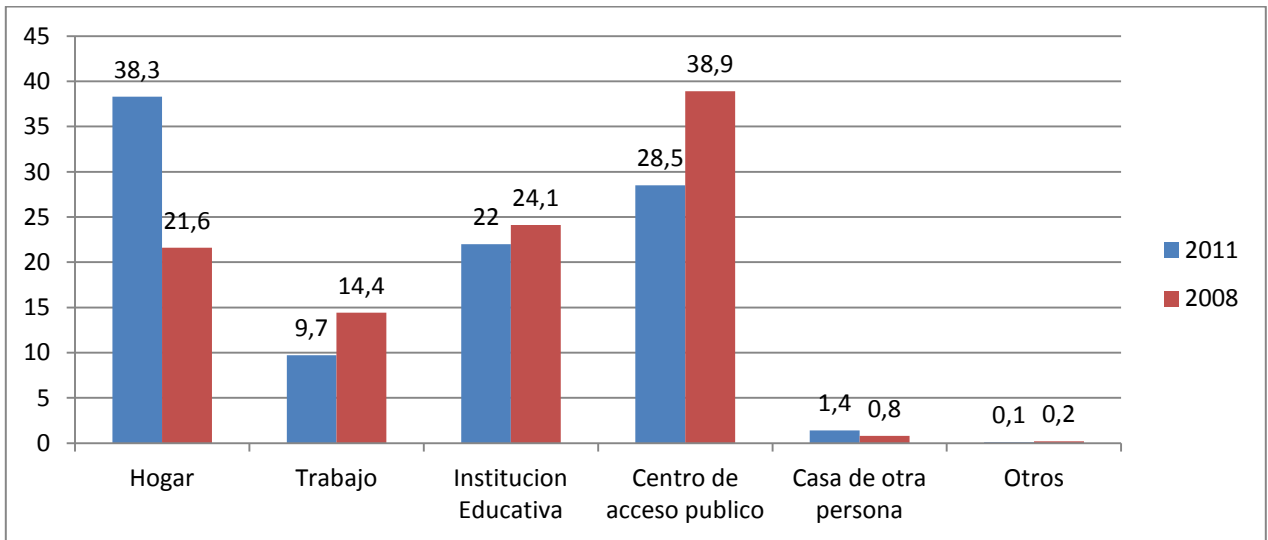


Figura #5: Lugar de uso de internet. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

Implementación de las Tic para mejora empresarial

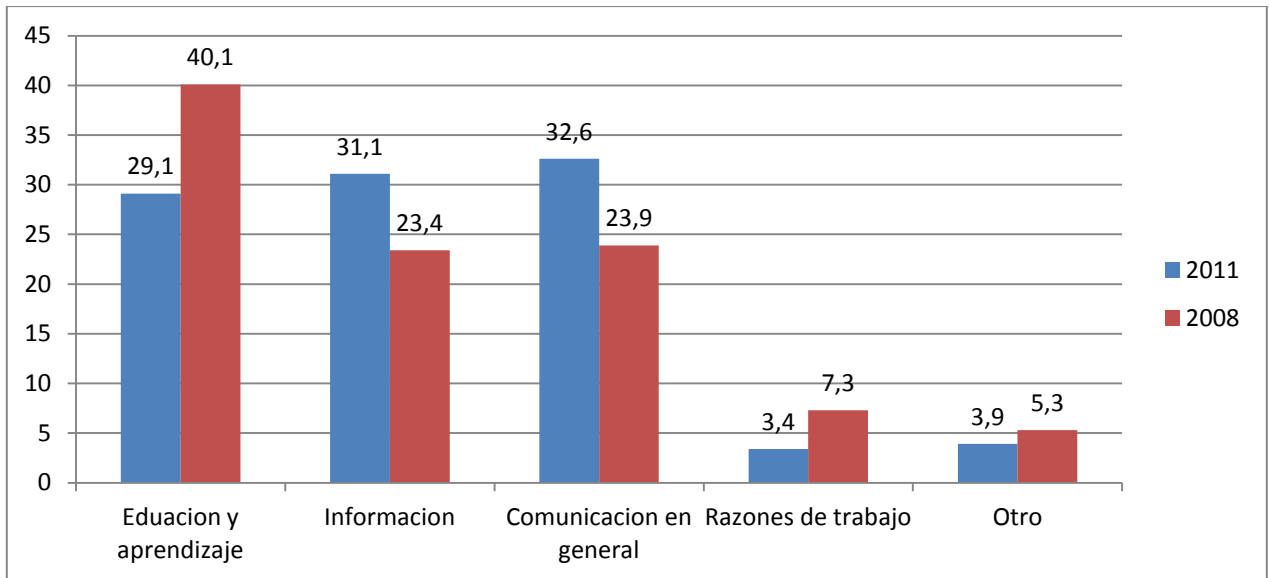


Figura #6: Razones del uso del internet. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

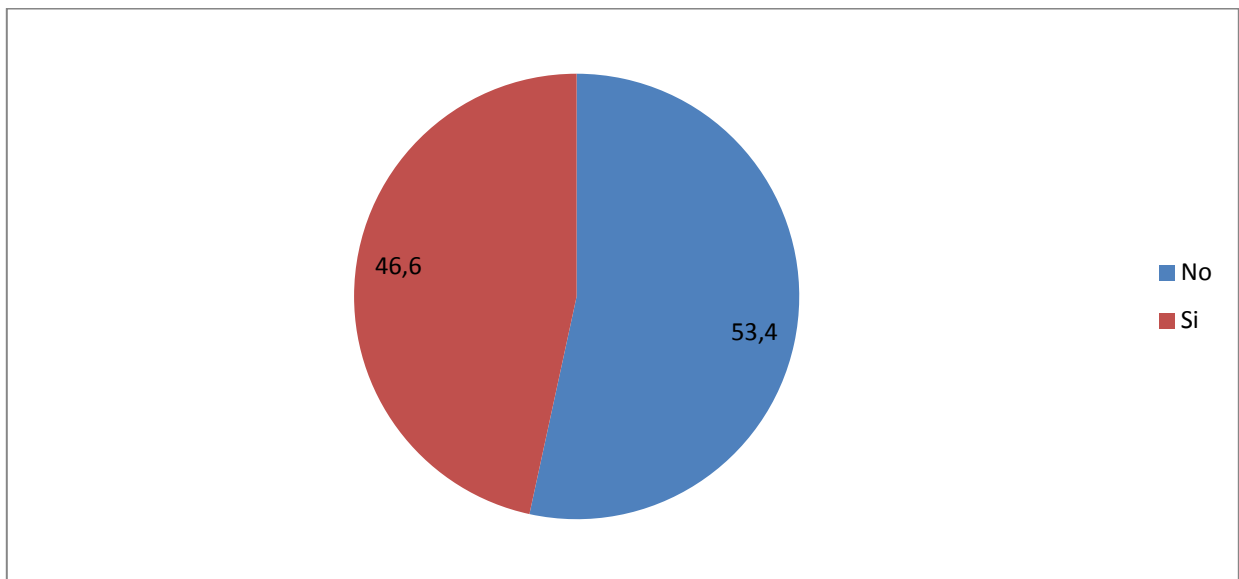


Figura #7: Posee Celular. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

Implementación de las Tic para mejora empresarial

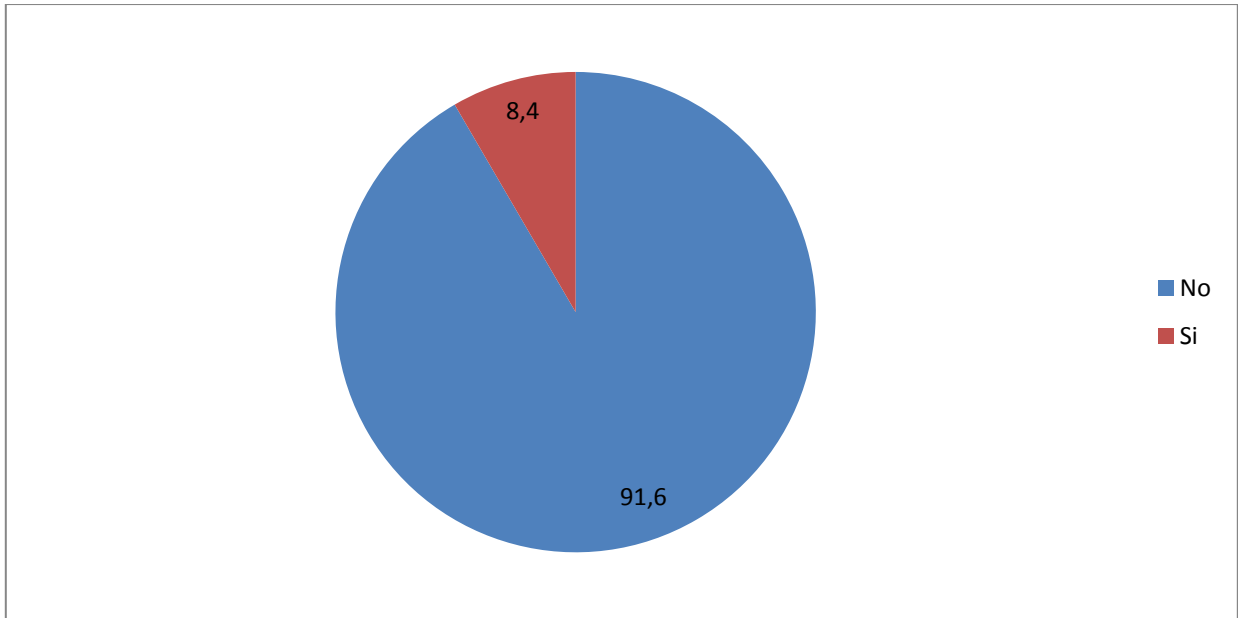


Figura #8: El teléfono es un celular inteligente. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

En lo que respecta a los dispositivos móviles, el 8.4 de las personas que disponen de un celular es un teléfono inteligente. Por teléfono inteligente decimos que el teléfono cuenta con Internet, GPS y gran capacidad de almacenamiento de datos.

Implementación de las Tic para mejora empresarial

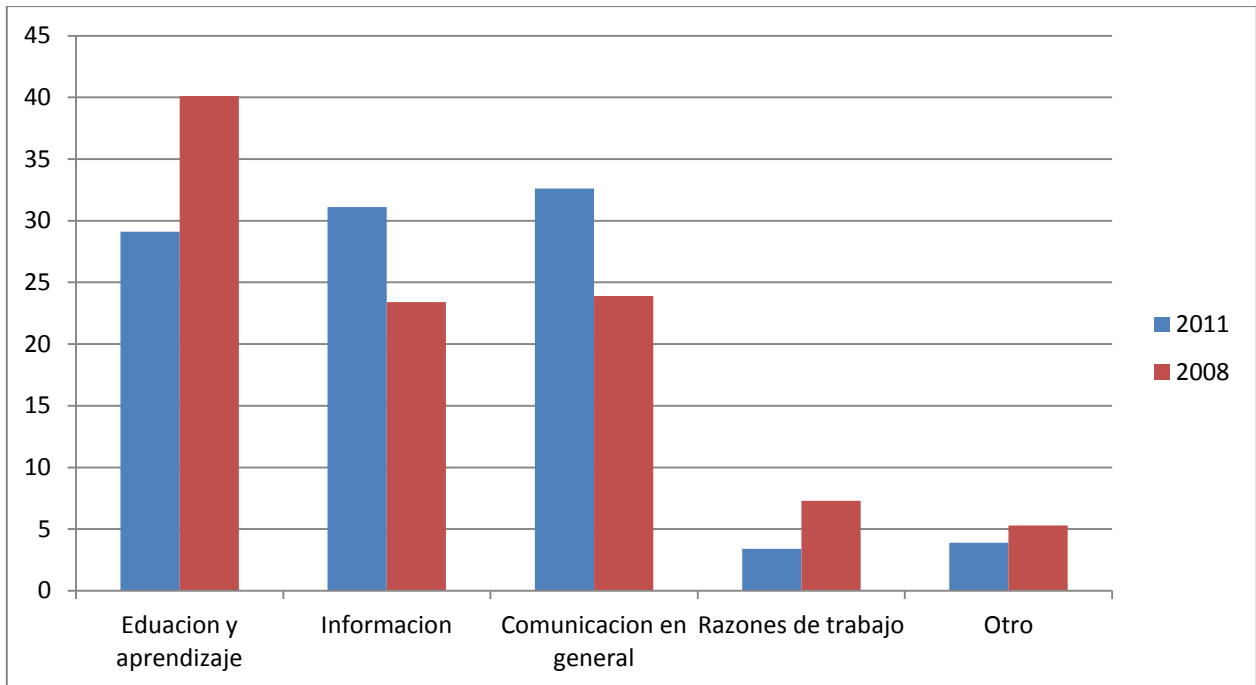


Figura #9: Razones por las que utiliza el teléfono inteligente. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

Del total de personas que tienen un teléfono celular inteligente el 52.9% son hombres y el 47.1% son mujeres.

Implementación de las Tic para mejora empresarial

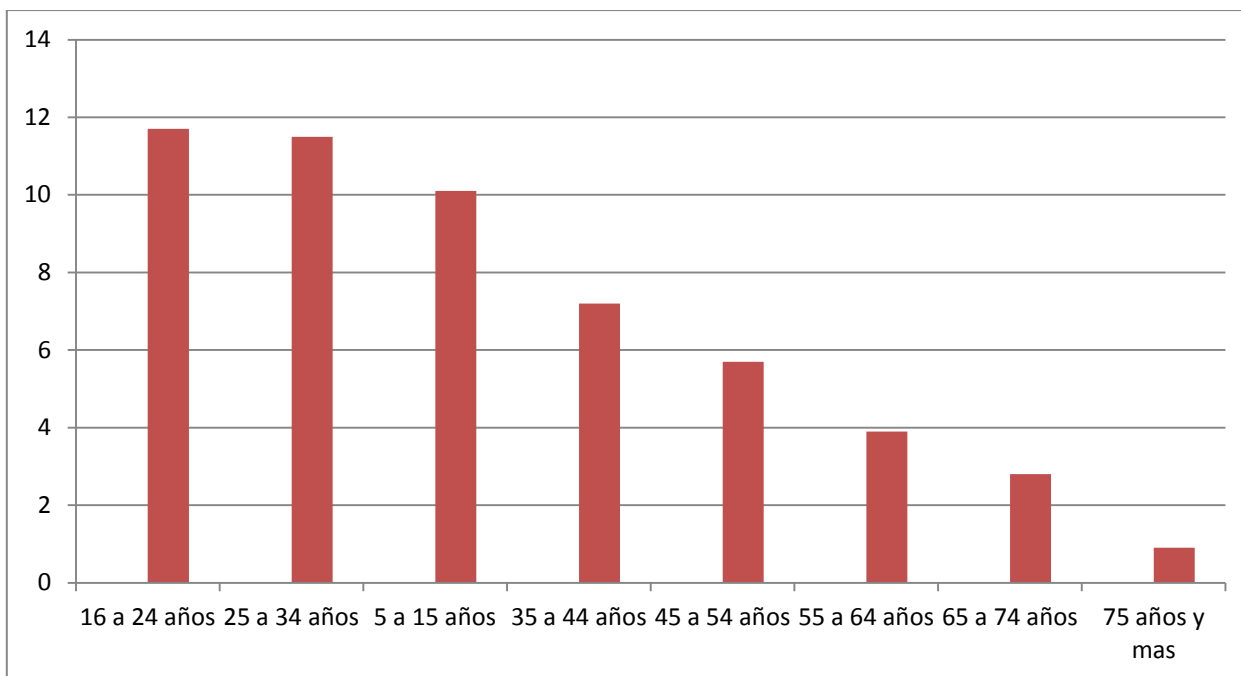


Figura #10: Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente por edad. Fuente: INEC.

Elaborado por ENEMDUR

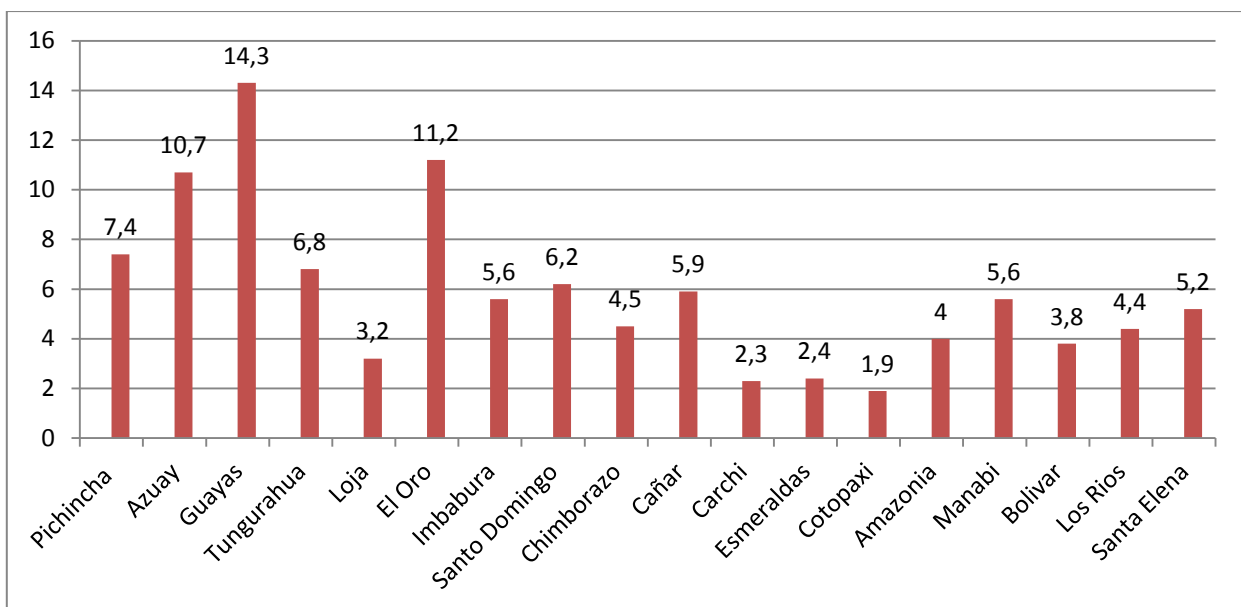


Figura #11: Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente por provincia. Fuente:

INEC. Elaborado por ENEMDUR

Implementación de las Tic para mejora empresarial

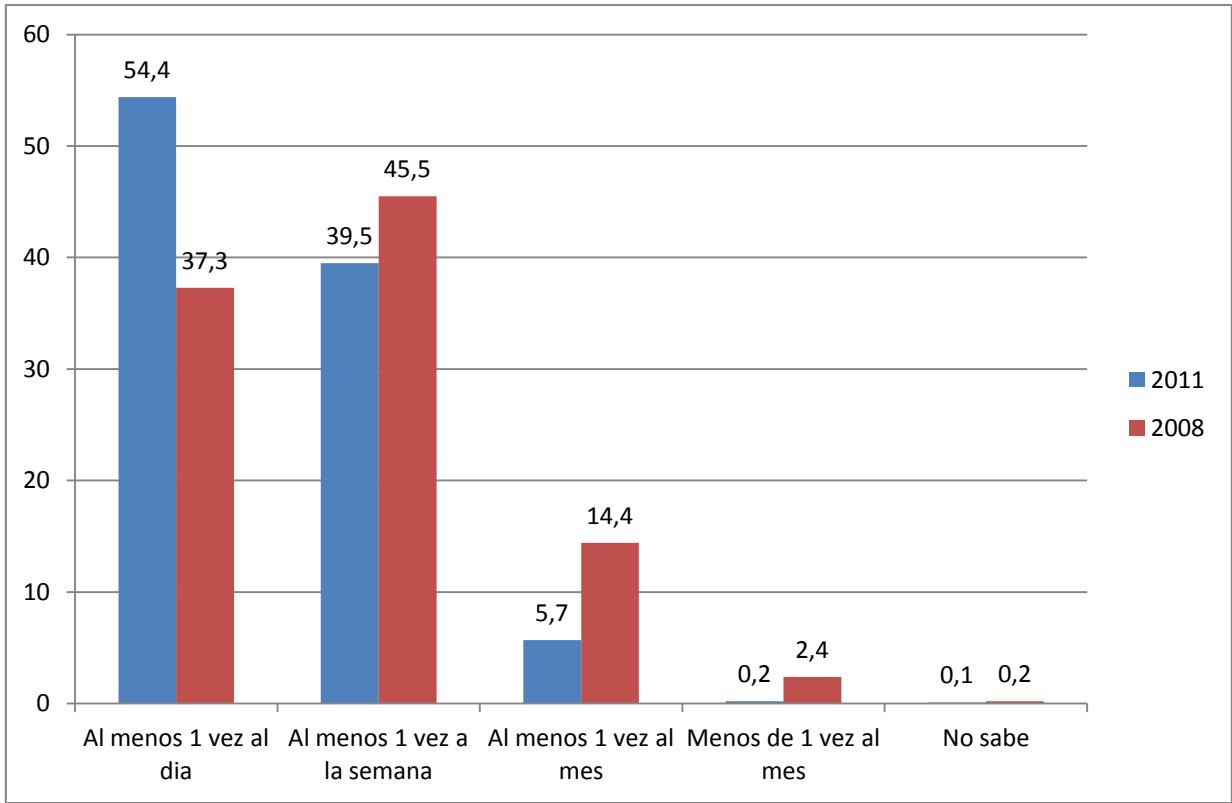


Figura #12: Frecuencia del uso del internet. Fuente: INEC. Elaborado por ENEMDUR

Podemos observar que el uso de las TIC en los últimos años ha ido en aumento, lo que genera más uso de las nuevas tecnologías e información. Todos estos equipos electrónicos mencionados tales como la televisión a color, equipos de sonido, computadoras, son herramientas que permiten a los usuarios estar en constante comunicación con la sociedad y con el mundo, haciendo más globalizado el entorno en el que vivimos.

Podemos observar que los hombres son los mayores usuarios de los teléfonos fijos móviles smartphone y que la edad en que más se usa es desde los 25 a los 34 años, siendo Guayas la provincia con más usuarios que poseen este recurso.

Los hogares y los centros de atención públicos son los lugares en donde más existen los usuarios de internet, como tercer lugar las instituciones educativas en donde en la actualidad se están construyendo excelentes escuelas con muy buena infraestructura en donde el conocimiento e información de los estudiantes era mucho mayor a lo que se vivía antes.

Las provincias del Oro y Azuay ocupan el 2do y 3er lugar en mayores usuarios de celulares inteligentes. El mayor uso de los celulares inteligentes es el de las redes sociales, pues están constantemente interactuando con familiares y amigos que también tengan. Además de esto lo usan para navegar en internet, escuchar música, y como GPS.

Se estima que dentro de pocos años los dispositivos conectados a las redes tendrán un importante crecimiento lo cual pondrán en apuros a todos los proveedores de Internet, como nos indica (Spinnella, 2014), “Se estima que para el 2015 existirán 15.000 millones de dispositivos conectados a la red y para el 2020 se esperan un total de 50.000 millones.”

Como indica la ultima diapositiva, el 54% de las personas que usan internet lo hacen por lo menos una vez al día, y el 40% lo usa por lo menos una vez a la semana. Valor que año a año va aumentando y los usuarios del internet van creciendo. Esta es la forma de llegar más fácil a las personas y a un bajo costo. Entonces cuando viene nuestra disyuntiva, ¿Estamos ya dispuestos a expandir nuestro mercado a través de las TIC?

Discusión (Análisis de resultados)

Una vez presentado los valores y revisando el análisis de esto nos preguntamos:

¿Cuál es la actual situación de la empresa y cuáles son sus falencias y cómo podemos mejorarlo? ¿Cuáles son las mejores herramientas tecnológicas que nos permita desarrollarnos mejor empresarialmente? ¿Qué métodos o aplicaciones se pueden implementar para estar en constante interacción?

Entre los problemas que existen en el desarrollo empresarial es el poco conocimiento de herramientas básicas como las TICS para desarrollar y expandir mercados. Es por eso que mediante este artículo se detallo las principales aplicaciones y herramientas que nos ayudaran a ampliar nuestro conocimiento y que nos servida para brindar una imagen más consolidada a la marca dándole un mejor posicionamiento de mercado creando fidelidad en los clientes, estando en constante comunicación e interacción con ellos. Estas herramientas básicas permiten que se pueda interactuar con los clientes en videos, chats, presentaciones multimedia, promociones e información referente al tema de la actividad comercial.

Conclusiones

Podemos concluir señalando que las Tecnologías de Información y Comunicación son una herramienta que se deben usar por el beneficio común de la empresa, para así crear una organización más sólida, estructurada y genere más ingresos representativos para los socios o accionistas. Realizando pequeños cambios estructurales, automatizaciones e implementando estrategias de penetración en el mercado a través de los medios de comunicación y el internet podemos posesionar con valor agregado el bien o servicio al

cual nos dedicamos. No se requiere de una gran inversión ni de subcontratar personal para que haga este trabajo, ya que en la actualidad hay personas que realicen varios trabajos al mismo tiempo, como actualmente lo definimos multitask. Designando a una persona de otra área, o si bien mismo sea del área de marketing pudiéramos implementar todas las estrategias de mercado vía redes sociales, a un bajo costo, teniendo grandes proyecciones de crecimiento a nivel empresarial.

La implementación de las redes sociales como TIC podrá aumentar las utilidades del negocio, ayudando a posesionarlo a uno en el mercado y por sobre todo estar al mismo nivel de la competencia. Con alguna aplicación de fácil uso para administrar nuestras cuentas, se puede estar en comunicación con los clientes e innovar constantemente. Además de realizar los cambios para mejorar las gestiones dentro de la organización, las TIC nos ayudaran a mejorar día a día y seguir creciendo como empresa.

A través de las TIC se podría desarrollar varias ventajas competitivas basándonos en la potencial herramienta que es el Internet para diferenciarnos de otras empresas, además de hacer más dinámica la organización en sus procesos y operaciones, ser más eficientes y sobre todo aprovechar el gran crecimiento tecnológico tanto en los dispositivos móviles como el aumento de usuarios conectados al internet, ayudando a las pequeñas empresas a mejorar su desempeño, ya que el internet seguirá marcando presencia y en el mundo de los negocios y crecimiento de los mercados.

Referencias Bibliográficas

- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *EDUTEC*.
- Brunner, J. (2000). *Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información. Educación: Escenarios de Futuro*. Santiago de Chile.
- Bruque, S., & Moyano, J. (2007). Roles de las TIC dentro de una organización. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*.
- Cabero, J. (2000). <http://cursos.campusvirtualsp.org>. Recuperado el 15 de Junio de 2013, de <http://cursos.campusvirtualsp.org>.
- Canals, J. (2001). *Internet, Innovación y estrategia de la empresa*. Barcelona.
- Candeira, J. (2007). *Consumer.es*.
- Cede, C. (2000). *Aprendiendo con Tecnología*. Buenos Aires.
- Celaya, J. (2009). *La empresa en la Web*.
- Clark, M. (2014). La web como medio de emprendimiento. *América Economía*.
- Echeverría, J. (2000). Educación y Tecnología. *Revista Iberoamericana de Educación*.
- Erlandsson, A. (2011). *Social media is changing the way we consume TV & Video*. Stockholm.
- Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas Básicas*. Bogotá.
- Gibbs, G. (2007). *Analyzing qualitative data*. Beverly Hills.
- Graells, P. M. (2000). *Impacto de las Tic en Educación: Funciones y limitaciones*.
- Lira, M. d., & Karsenti, T. (2011). LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIÓN. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*.
- Martínez, M. d., & Ruiz, J. (2006). *Internet y Educación. Uso Educativo de la red*.
- Martos, A. M. (2009). *Redes Sociales*.

Perez, A. (2011). *Guia practica para medicion de redes sociales*.

Porra, J. (2000). *Electronic Commerce Internet Strategies and Business Models*. Houston.

Ramirez, M. (2012). *Business Lyfestyle Emprendimiento y Negocios*. Guayaquil.

Sorgente, H. (2014). Innovacion America Latina. *America Economia*.

Spinnella, E. (2014). *America Economia*.

Valle, V. (2013). *America Economia*.

Vignola, P. (2012). El rol de la nube en el desarrollo de las Pymes. *America Economia*.