



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS EN LA COOPERATIVA DE
PRODUCCIÓN AGROPECUARIA SIMÓN LORENZO, DEL
CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PARA
FORTALECER SU COMERCIALIZACIÓN EN SU PERIODO 2023**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

KATHERINE ESTEFANÍA ÑACATA CÓRDOVA

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS EN LA COOPERATIVA DE
PRODUCCIÓN AGROPECUARIA SIMÓN LORENZO, DEL
CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PARA
FORTALECER SU COMERCIALIZACIÓN EN SU PERIODO 2023**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: KATHERINE ESTEFANÍA ÑACATA CÓRDOVA

DIRECTORA: ING. CARMITA EFIGENIA ANDRADE ÁLVAREZ

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Katherine Estefanía Ñacata Córdoba

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Katherine Estefanía Ñacata Córdova declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 19 de julio de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katherine Ñacata Córdova', written over a horizontal line.

Katherine Estefanía Ñacata Córdova
0201806049

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS EN LA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA SIMÓN LORENZO, DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PARA FORTALECER SU COMERCIALIZACIÓN EN SU PERIODO 2023**, realizado por la señorita: **KATHERINE ESTEFANÍA ÑACATA CÓRDOVA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. María Elena Espín Oleas. PhD PRESIDENTA DEL TRIBUNAL		2023-07-19
Ing. Carmita Efigenia Andrade Álvarez DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-19
Eco. Adriana Margarita Morales Noriega ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-19

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación dedico de manera especial a mi madre Dolores, aquella persona que ha sido un ejemplo de lucha y firmeza, por enseñarme a cumplir mis sueños y apoyarme en todo momento a pesar de todos los obstáculos sociales y económicos que se han presentado en este camino. A mis segundos padres, mis abuelos Isabel y Luis, quienes se me adelantaron un poco sin embargo lograron construir su mejor versión en mí y desde cualquier lugar que se encuentren guían e iluminan mi vida, por lo que sé que están muy felices y orgullosos de todo lo que su nieta ha logrado en el transcurso de su vida académica, a pesar de no estar físicamente para estos momentos sé que me acompañan espiritualmente.

Katherine

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado y cuidado en todo momento, por darme la fortaleza cuando me sentía sola y apreciaba que todo se derrumbaba en mi vida. A mi madre Dolores por su apoyo incondicional ella siempre ha sido una mujer luchadora que me ha inculcado valores éticos y morales, por hacer de mí la persona que soy hoy en día. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por aceptar mi postulación y brindarme la oportunidad de estudiar y prepararme en el campo académico y profesional. A mis profesores, compañeros y amigos quienes nos relacionamos desde el día uno y han aportado con su conocimiento y experiencia para mi formación académica. Finalmente, a los miembros de mi tribunal, Ing. Carmita Andrade y Econ. Adriana Morales quienes con su paciencia e intelecto me brindaron el óptimo y oportuno acompañamiento para la culminación exitosa del presente trabajo de titulación.

Katherine

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.2 Limitaciones y delimitaciones.....	4
1.2.1 <i>Limitaciones</i>	4
1.2.2 <i>Delimitaciones</i>	4
1.2.2.1 <i>Delimitación Temporal</i>	4
1.2.2.2 <i>Delimitación Espacial</i>	4
1.3 Problema General de Investigación	5
1.4 Problemas Específicos de Investigación.....	5
1.5 Objetivos.....	5
1.5.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	5
1.6 Justificación.....	6
1.6.1 <i>Justificación Teórica</i>	6
1.6.2 <i>Justificación Metodológica</i>	6
1.6.3 <i>Justificación Práctica</i>	6
1.7 Pregunta de investigación	7

CAPÍTULO II	8
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	8
2.2 Referencias Teóricas.....	10
2.2.1 Economía Popular y Solidaria	10
2.2.1.1 División del sector de Economía Popular y Solidaria	11
2.2.1.2 Cooperativa	11
2.2.1.3 Organizaciones del Sector Cooperativo	12
2.2.1.4 Cooperativas de Producción	12
2.2.2 TICS (Tecnologías de Información y Comunicación)	13
2.2.3 TICS en las Cooperativas	13
2.2.3.1 Presencia de TICS en la red	13
2.2.3.2 Características de las TICS en las cooperativas de producción	14
2.2.3.3 Ventajas de implementar las TICS en las cooperativas	14
2.2.4 CMS (Content Management System).....	14
2.2.4.1 Funcionamiento de un CMS	15
2.2.4.2 Personal de un CMS	15
2.2.4.3 Beneficios de utilizar un CMS	16
2.2.5 Dominio	16
2.2.6 Hosting	16
2.2.7 Sitios Web.....	17
2.2.7.1 WordPress	17
2.2.7.2 Drupal.....	17
2.2.7.3 Joomla!	18
2.2.7.4 PrestaShop.....	18
2.2.7.5 Comparación entre mejores CMS	18
2.2.8 Etapas para implementar un sitio web	20
2.2.8.1 Primera etapa: Planificación	21

2.2.8.2	<i>Segunda etapa: Concepción y diseño</i>	21
2.2.8.3	<i>Tercera etapa: Construcción</i>	22
2.2.8.4	<i>Cuarta etapa: Publicidad e integración</i>	22
CAPÍTULO III		23
3.	MARCO METODOLÓGICO	23
3.1	Enfoque de investigación	23
3.1.1	<i>Enfoque mixto</i>	23
3.2	Nivel de investigación	23
3.2.1	<i>Investigación exploratoria</i>	23
3.3	Diseño de investigación	24
3.3.1	<i>Según la manipulación de la variable independiente</i>	24
3.3.1.1	<i>Experimental</i>	24
3.3.2	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	24
3.3.2.1	<i>Transversal</i>	24
3.4	Tipo de estudio	24
3.4.1	<i>Documental</i>	24
3.4.2	<i>De campo</i>	25
3.5	Población y planificación, selección y cálculo de la muestra	25
3.5.1	<i>Muestra</i>	25
3.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	26
3.6.1	<i>Métodos de investigación</i>	26
3.6.1.1	<i>Inductivo</i>	26
3.6.1.2	<i>Analítico</i>	26
3.6.1.3	<i>Técnicas e instrumentos</i>	26
3.6.1.4	<i>Encuesta</i>	27
3.6.1.5	<i>Entrevista</i>	27
3.6.1.6	<i>Observación</i>	27

3.6.2	<i>Instrumentos de recolección de información</i>	28
3.6.2.1	<i>Cuestionario</i>	28
3.6.2.2	<i>Guía de entrevista</i>	28
CAPÍTULO IV		29
4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	29
4.1	Procesamiento, análisis e interpretación de datos	29
4.1.1	<i>Encuesta</i>	30
4.1.2	<i>Entrevista</i>	44
4.2	Discusión	47
CAPÍTULO V		48
5.	MARCO PROPOSITIVO	48
5.1	Título de la propuesta	48
5.2	Objetivos de la propuesta	48
5.2.1	<i>Objetivo General</i>	48
5.2.2	<i>Objetivos Específicos</i>	48
5.3	Justificación de la propuesta	48
5.4	Factibilidad de la propuesta	49
5.5	Factibilidad técnica	49
5.6	Factibilidad operativa	49
5.7	Recursos económicos	50
5.8	Análisis de la propuesta	50
5.9	Perfil de la Cooperativa	50
5.9.1	<i>Datos generales de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo</i> ...	50
5.9.2	<i>Antecedentes de la cooperativa</i>	51
5.9.3	<i>Ubicación</i>	51
5.9.4	<i>Logotipo</i>	52

5.9.5	<i>Marco Legal de constitución</i>	52
5.9.6	<i>Misión</i>	52
5.9.7	<i>Visión</i>	52
5.9.8	<i>Directivos</i>	52
5.9.9	<i>Organigrama estructural</i>	53
5.10	Fases de Implementación	54
5.10.1	<i>Etapa 1: Planificación</i>	55
5.10.1.1	<i>Definir el CMS a trabajar</i>	55
5.10.1.2	<i>Creación de dominio</i>	55
5.10.1.3	<i>Definir hosting</i>	56
5.10.1.4	<i>Efectuar pagos</i>	57
5.10.2	<i>Etapa 2: Concepción y diseño</i>	57
5.10.2.1	<i>Definir estructura del CMS</i>	57
5.10.2.2	<i>Elección de plantilla a utilizar</i>	58
5.10.2.3	<i>Organizar del contenido</i>	59
5.10.3	<i>Etapa 3: Construcción</i>	60
5.10.3.1	<i>Desarrollar el sitio web</i>	60
5.10.3.2	<i>Creación de menú</i>	61
5.10.3.3	<i>Edición Inicio</i>	62
5.10.3.4	<i>Edición Empresa</i>	63
5.10.3.5	<i>Edición Productos</i>	63
5.10.3.6	<i>Edición Noticias</i>	64
5.10.3.7	<i>Edición Contacto</i>	65
5.10.3.8	<i>Adecuar a las exigencias de la organización</i>	66
5.10.3.9	<i>Agregar productos a la tienda digital</i>	67
5.10.4	<i>Etapa 4: Publicación e integración</i>	68
5.10.4.1	<i>Publicación en red</i>	68
5.10.4.2	<i>Verificar funcionamiento</i>	72
5.10.4.3	<i>Corregir inconvenientes en el caso de presentarse</i>	74

CAPÍTULO VI.....	75
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
6.1 Conclusiones.....	75
6.2 Recomendaciones.....	76

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: División del sector de Economía Popular y Solidaria	11
Tabla 2-2: Organizaciones del Sector Cooperativo	12
Tabla 3-2: Comparación entre mejores CMS.....	18
Tabla 4-3: Socios COPROSIL 2022	25
Tabla 5-3: Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	28
Tabla 6-4: Pregunta 1	30
Tabla 7-4: Pregunta 2.....	31
Tabla 8-4: Pregunta 3.....	32
Tabla 9-4: Pregunta 4.....	33
Tabla 10-4: Pregunta 5.....	34
Tabla 11-4: Pregunta 6.....	35
Tabla 12-4: Pregunta 7.....	36
Tabla 13-4: Pregunta 8.....	37
Tabla 14-4: Pregunta 9.....	38
Tabla 15-4: Pregunta 10.....	39
Tabla 16-4: Pregunta 11	40
Tabla 17-4: Pregunta 12.....	41
Tabla 18-4: Pregunta 13.....	42
Tabla 19-4: Pregunta 14.....	43
Tabla 20-5: Datos generales de la cooperativa	50
Tabla 21-5: Directivos de la cooperativa	52
Tabla 22-5: Simbología del organigrama.....	53
Tabla 23-5: Creación de menú.....	61

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1: Google Maps Parroquia Rural San Lorenzo	4
Ilustración 2-2: Funcionamiento de un CMS	15
Ilustración 3-2: Logotipo WordPress	17
Ilustración 4-2: Logotipo Drupal.....	17
Ilustración 5-2: Logotipo Joomla!.....	18
Ilustración 6-2: Logotipo PrestaShop Fuente: Joomla, 2022	18
Ilustración 7-2: Fases para implementar un CMS	20
Ilustración 8-4: Pregunta 1	30
Ilustración 9-4: Pregunta 2	31
Ilustración 10-4: Pregunta 3	32
Ilustración 11-4: Pregunta 4	33
Ilustración 12-4: Pregunta 5	34
Ilustración 13-4: Pregunta 6	35
Ilustración 14-4: Pregunta 7	36
Ilustración 15-4: Pregunta 8	37
Ilustración 16-4: Pregunta 9	38
Ilustración 17-4: Pregunta 10	39
Ilustración 18-4: Pregunta 11	40
Ilustración 19-4: Pregunta 12	41
Ilustración 20-4: Pregunta 13	42
Ilustración 21-4: Pregunta 14	43
Ilustración 22-5: Ubicación geográfica COPROSIL.....	51
Ilustración 23-5: Logotipo COPROSIL	52
Ilustración 24-5: Organigrama estructural COPROSIL	53
Ilustración 25-5: Fases de implementación.....	54
Ilustración 26-5: Creación de dominio.....	55
Ilustración 27-5: Selección plan de hosting	56
Ilustración 28-5: Efectuar pagos.....	57
Ilustración 29-5: Estructura CMS.....	58
Ilustración 30-5: Bienvenida a WordPress.....	58
Ilustración 31-5: Elección de plantilla.....	59
Ilustración 32-5: Biblioteca de medios.....	60
Ilustración 33-5: Plugins instalados	61
Ilustración 34-5: Plugin de edición	62

Ilustración 35-5: Edición pagelayer Inicio	62
Ilustración 36-5: Entrada página empresa	63
Ilustración 37-5: Edición pagelayer Empresa.....	63
Ilustración 38-5: Edición pagelayer Productos.....	64
Ilustración 39-5: Edición pagelayer Recetas	64
Ilustración 40-5: Edición pagelayer Noticias	65
Ilustración 41-5: Edición pagelayer Contacto	66
Ilustración 42-5: WooCommerce herramienta de análisis	67
Ilustración 43-5: Todos los productos de COPROSIL	67
Ilustración 44-5: Página Inicio	68
Ilustración 45-5: Página Empresa.....	69
Ilustración 46-5: Página Áreas de Trabajo	70
Ilustración 47-5: Página Productos.....	70
Ilustración 48-5: Página Noticias	71
Ilustración 49-5: Página Contacto	71
Ilustración 50-5: Funcionamiento de compra.....	72
Ilustración 51-5: Funcionamiento de facturación.....	72
Ilustración 52-5: Correo de pedido realizado	73
Ilustración 53-5: Orden de pedido.....	73
Ilustración 54-6: Recorrido a las instalaciones de COPROSIL.....	82
Ilustración 55-6: Aplicación de encuestas	82

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** MODELO DE ENCUESTA
- ANEXO B:** MODELO DE ENTREVISTA
- ANEXO C:** EVIDENCIA DE FOTOGRAFÍAS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad implementar las tecnologías de información y comunicación basado en un sistema de gestión de contenidos enfocándose en el desarrollo de un sitio web creado en la plataforma de WordPress para el beneficio de la comercialización de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, de la Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda en su periodo 2023. Dentro de la investigación se realizó encuestas a sus socios y una entrevista al Gerente de la Cooperativa para conocer como fue la situación organizacional enfocada a las TICS en la misma. Los resultados obtenidos luego del análisis de información fue que COPROSIL no posee una gestión empresarial enfocada a las TICS para dar a conocer a los clientes sobre su cultura organizacional, productos y participación que tiene en el mercado, por lo que anteriormente utilizaban medios de comunicación tradicionales para su difusión. Se concluye que poseer un sitio web desempeña un rol fundamental en las organizaciones, debido a que actúan como una ventana digital para dar a conocer al público su cultura organizacional, productos y servicios que ofrece, brindando una atención en tiempo real los 365 días del año, a su vez permitiendo que a través de la presencia en la red se pueda atraer a nuevos clientes potenciales, es decir el sitio web que fue desarrollado juega un papel fundamental para los clientes y la difusión de productos y servicios que ofrece COPROSIL, siendo una herramienta poderosa para el crecimiento y el éxito cooperativista en el entorno digital actual.

Palabras clave: <TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN>, <COOPERATIVA>, <COMERCIALIZACIÓN>, <SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS>, <WORDPRESS>, <SITIO WEB>



25-07-2023
1553-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

This research aimed to implement information and communication technologies (ICT) based on a content management system, focusing on the development of a website created using the WordPress platform. To benefit the marketing efforts of the Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo in the Bolívar Province, Guaranda Canton, in 2023. The research involved conducting surveys among the cooperative's members and an interview with the Cooperative's Manager to understand the organizational situation regarding ICT implementation. The findings revealed that COPROSIL lacked a business management approach focused on ICT to promote its organizational culture, products, and market participation. Instead, they relied on traditional communication methods for their promotion. The conclusion drawn was that having a website plays a fundamental role for organizations, serving as a digital window to showcase their organizational culture, products, and services to the public. It allows them to provide real-time attention 365 days a year and attract potential new customers. In this context, the developed website played a crucial role in promoting COPROSIL's products and services and served as a powerful tool for cooperative growth and success in the current digital environment.

Keywords: <INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES>, <COOPERATIVE>, <MARKETING>, <CONTENT MANAGEMENT SYSTEM>, <WORDPRESS>, <WEBSITE>



Lic. Leonardo E. Cabezas A.
0601880420

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las tecnologías de la información y comunicación se han convertido en tendencia por las diferentes funciones que ofrece, el mundo empresarial está evolucionando de modo que las empresas desde multinacionales hasta los emprendimientos lo están utilizando. Aquella empresa que no se adapte al cambio, difícilmente podrá afrontar a los desafíos que la tecnología evolucione.

Muchas veces las organizaciones actúan por intuición e improvisan en algunos casos sin obtener resultados esperados por lo que aún no consideran al factor tecnológico como una ventaja competitiva, por lo que como empresas deberían crear una cultura tecnológica que permita adoptarlas al mundo de la digitalización.

El desarrollo del presente trabajo de investigación se divide en cinco capítulos, los cuales se relatan a continuación:

En el capítulo I, se describe la problemática que se encontró en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, su planteamiento y limitaciones que contempló para su desarrollo, seguido de su justificación y objetivos que orienten su cumplimiento.

En el capítulo II, se encuentra conformado por el marco teórico el cual está estructurado y agrupado con conceptos de acorde al tema de investigación, el mismo que permite identificar el contexto de las tecnologías de información y comunicación enfocadas al sector económico popular y solidario.

En el capítulo III, se indica el marco referencial que tendrá el presente trabajo, es decir su enfoque de investigación, nivel de investigación, diseño de investigación y tipo de estudio, además de considerar las técnicas e instrumentos para aplicar en la muestra de investigación.

En el capítulo IV, se muestra el marco de análisis e interpretación de resultados que son representados con tablas que indican su frecuencia y un gráfico que permita al lector una mejor interpretación, seguido de una discusión.

El capítulo V, comprende el marco propositivo para ello se detalla los antecedentes e información general de lo que es la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, seguido del desarrollo de la propuesta de mejora a la problemática encontrada en la organización.

Finalmente, en el capítulo VI, se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

Las cooperativas agropecuarias a nivel mundial son significativas por su producción en variedad de alimentos ejerciendo liderazgo en un país y generando empleo, las mismas que contribuyen al desarrollo económico. Generalmente se conoce que existe dos sistemas, el primero siendo público el cual se encuentra a cargo del Estado y el segundo siendo privado orientado al beneficio, por el contrario, el tercer sistema existe y se basa en iniciativas comunes cuyo objetivo social es trabajar de manera conjunta aplicando el comercio justo y mutualidad en sus actividades con el fin de satisfacer necesidades en los consumidores por lo cual pertenecen a una Economía Popular y Solidaria.

El sector solidario tiene una trascendencia desde la época precolonial donde existían formas de cooperación voluntaria en actividades agrícolas en beneficio de las familias, en la actualidad tienen un rol dominante por su capacidad y diversidad creativa generada en las propias organizaciones, teniendo participación ciudadana y trabajo en equipo enfocadas a un solo objetivo, de igual forma la Economía Popular y Solidaria es una alternativa viable y sostenible para la satisfacción de necesidades, basándose en principios como; solidaridad, reciprocidad, y cooperación, su relación con cooperativas agropecuarias es valioso por la salvaguardia y protección que brinda a sus tierras, siendo un lugar privilegiado en el que se fomenta las practicas solidarias teniendo una nueva visión de economía; sin embargo, estos carecen de conocimientos actuales con el uso de la tecnologías de información y comunicación para mejorar como cooperativas de producción en la parte comercial y por lo general han operado de manera tradicional.

En la provincia de Bolívar de acuerdo con los datos que refleja la Superintendencia de Económica Popular y Solidaria existen 13 organizaciones que se dedican a la producción agropecuaria, siendo una de ellas la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, que se encuentra ubicada en la ciudad de Guaranda, donde sus socios carecen de una estructura comercial, y normas de venta, lo que ha generado una pérdida de clientes y participación en el mercado además, son personas que poseen una escasa intuición con los temas relacionados a las herramientas digitales para fortalecer su organización, es evidente que al no utilizar las tecnologías de información y comunicación la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo podría quedar

rezagada, conjuntamente no posee un espacio web donde se permita conocer su cultura organizacional y productos a ofertar, siendo espacios de captación al cliente que refleje una mejorar visión general de la organización de manera externa, evidenciando con anterioridad que su gestión a cargo de la tecnología digital se encuentra retrasada con las demás cooperativas que son su competencia.

1.2 Limitaciones y delimitaciones

1.2.1 Limitaciones

La limitante en la presente investigación tiene lugar a la falta de actualización y creación de medios digitales con referente a un sistema de gestión de contenido aplicando las tecnologías de investigación y comunicación que permita tener mayor participación en el mercado de cooperativas de producción.

1.2.2 Delimitaciones

1.2.2.1 Delimitación Temporal

Los datos obtenidos en la delimitación temporal del presente proyecto de investigación se realizarán en la Unidad de Integración Curricular PAO 8 del Periodo Académico Ordinario 26 Septiembre/2022 – 16 Marzo/2023.

1.2.2.2 Delimitación Espacial

La delimitación espacial en el siguiente proyecto de investigación se define en Ecuador, Región Sierra, Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda, Parroquia Rural San Lorenzo.

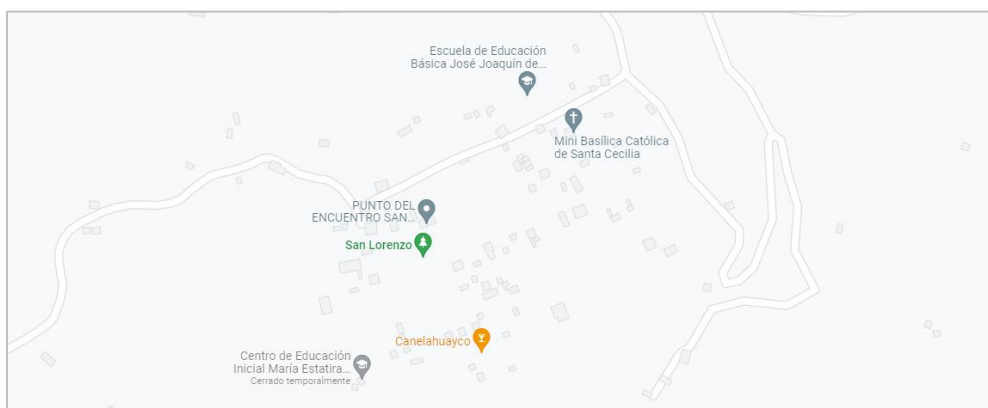


Ilustración 1-1: Google Maps Parroquia Rural San Lorenzo

Fuente: GoogleMaps. 2023

1.3 Problema General de Investigación

¿De qué manera incide la implementación de las tecnologías de información y comunicación para fortalecer la comercialización e incrementar las ventas en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, en el periodo 2023?

1.4 Problemas Específicos de Investigación

- ¿Posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo un plan de comercialización a través de un sistema de gestión de contenidos enfocado en las tecnologías de información y comunicación para mejorar las ventas de sus productos?
- ¿La cooperativa usa herramientas digitales para obtener un mayor alcance de productos y clientes?
- ¿De qué manera la utilización de tecnologías de información y comunicación puede generar un mayor posicionamiento en el mercado?
- ¿Cuál es el beneficio que la cooperativa tenga un sitio web donde se permita conocer su cultura organizacional y productos?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Implementar las tecnologías de información y comunicación aplicando canales de comercialización que le permitan mejorar el posicionamiento en el mercado a la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar el uso de las aplicaciones en el mundo empresarial a través de un sistema de gestión de contenidos.
- Diseñar canales de comercialización on-line para obtener un mayor alcance de productos y clientes.
- Realizar un sitio web que refleje la cultura organizacional y producción de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

1.6 Justificación

1.6.1 Justificación Teórica

Con el uso de materiales de información físicos y digitales como son; libros, folletos, publicaciones, artículos, trabajos de investigación de grado y postgrado se pretende argumentar con fuentes actualizadas y selectas el constante cambio innovador que ha tenido el uso de las tecnologías de información y comunicación en el mundo de los negocios, así como sus estrategias donde el ser humano es el principal actor para brindar una transformación digital en su organización. Además, la forma de instaurar canales de comercialización con su página web respectiva que faciliten una mayor relación entre clientes y que los mismos puedan generar nuevos vínculos entre la sociedad aumentando la rentabilidad de la organización.

1.6.2 Justificación Metodológica

En la metodología empleada, se utilizó un enfoque de investigación mixto estando combinado entre cuantitativo y cualitativo, debido a que a partir de la información en base al problema de investigación se logró analizar los resultados obtenidos, del mismo modo cuenta con dos niveles de investigación siendo exploratorio y descriptivo, por consiguiente, su diseño es experimental de campo por estar asociado a los diferentes procesos que tuve que seguir para concluir con la implementación, además su tipo de estudio es documental por el uso de diferentes fuentes bibliográficas con relación a las tecnologías de la información y comunicación, y de igual forma de campo por la recolección de información que se realizó a los socios de la organización a través de sus técnicas siendo encuesta y entrevista a modo de que los involucrados reflejen la situación actual de la organización y los mismos contribuyan a la elaboración de la presente propuesta.

1.6.3 Justificación Práctica

Incorporar un conjunto de herramientas tecnológicas no solo beneficiara a los socios por tener definido nuevos canales de comercialización, sino también serán sus clientes actuales y nuevos por tener un acercamiento más desarrollado y específico, logrando que la organización tenga un mayor empoderamiento de los procesos de comercialización, alcanzando a sincronizarse con los objetivos de la empresa, por lo que es necesario y útil implementar sitios dinámicos relacionados con la transformación digital que le permita seguir surgiendo, adaptándose a las nuevas tendencias del mercado, y a su vez aprovechando que Bolívar es una de las provincias donde se produce una

gran cantidad de maíz por ende no se puede dejar pasar esta oportunidad de hacerle posicionar a gran escala.

1.7 Pregunta de investigación

¿Cómo influye la implementación de las tecnologías de información y comunicación en La Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, las cuales permitan el fortalecimiento de la comercialización?

Variable Independiente

Implementación de las tecnologías de información y comunicación.

Variable Dependiente

Fortalecer la comercialización.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Bajo previa búsqueda se han encontrados varios trabajos de titulación sobre la temática del Uso de Tecnologías de Información y su incidencia en el crecimiento de las empresas en los diferentes repositorios de Escuelas Politécnicas y Universidades Públicas del país como; Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM), y la Universidad Técnica de Ambato(UTA), acompañados de artículos investigativos donde se evidencia el impacto del mismo con casos prácticos que fueron segmentado en las diferentes ciudades del Ecuador, llegando a concluir que en la actualidad existe una transformación digital en el área comercial debido a que cada día la tecnología crece a pasos agigantados, tener un negocio que no use las herramientas de tecnología está pausado en el tiempo por eso se debe aprovechar los recursos de la tecnología para tener éxito empresarial y adaptarse a la nueva realidad.

Desde la dirección de publicaciones de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo con su libro TIC en las pymes de (Slusarczyk, 2019, pág. 43) se puede argumentar el rol de las empresas en la economía de los países, evolución e importancia de las TIC y estrategias de aplicación. Se debe tener en cuenta que una empresa debe contar como mínimo con cuatro servicios TIC básicos:

1. Conexión a internet.
2. Dominio en internet.
3. Correo electrónico.
4. Página web.

Una vez instalados estos servicios, la empresa debe analizar sus procesos de negocios y de acuerdo con sus necesidades integrar otras tecnologías de la información y la comunicación que sean necesarias y permitan optimizar sus procesos y aumentar la productividad.

Las Tecnologías de Información y Comunicación en la actualidad se han convertido en apoyo para las organizaciones, brindándoles la posibilidad de darse a conocer en el mercado con un alcance significativo de clientes potenciales, sin embargo, en las organizaciones como estrategias tecnológicas no son implementadas y muchas de las veces se actúa por intuición o improvisación. Por esta razón, la organización y los constantes cambios tecnológicos deben estar alineados actuando con eficiencia y eficacia para alcanzar los objetivos corporativos.

(Peña, 2020, pág. 2) en su tesis de grado “LA EFECTIVIDAD DE LAS TIC'S COMO HERRAMIENTA DE APOYO PARA EL SECTOR MICROEMPRESARIAL FARMACÉUTICO DE LA CIUDAD DE JIPIJAPA” Sostiene que en los últimos años las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se han convertido en uno de los medios más importantes, así como complemento cultural para el hombre, debido al uso que le da en su vida cotidiana ya sea en el trabajo, en los estudios o en momentos de distracción, siempre las personas están relacionadas con las TICS.

Dado las diversas implicaciones que tiene la TICS es primordial destacar su comunicación inmediata de información por los avances tecnológicos que se vive en la actualidad, recordando que hoy en día es normal que varias personas ocupen dispositivos o medios digitales para tener más información desde cualquier lugar del mundo siendo una estrategia organizacional entre cliente-empresa.

Por otra parte, en la tesis de (Cruz, 2020, pág. 14) titulado “Las TIC’S y el rendimiento del sector calzado de la ciudad de Ambato” indica que el reto al que las TICS se enfrentan en busca de una sociedad digitalizada es el desconocimiento del manejo de equipos y programas del entorno digital e igualmente al desinterés social en capacitarse a futuras mejoras y actualizaciones.

En la Cooperativa el promover y crear una economía más prospera con la participación de las Tecnologías de Información y Comunicación ayudará a ser una organización más inclusiva, sostenible y digna, generando así un valor agregado con la competencia, a su vez ser una organización que tenga el deseo de capacitarse con nuevos conocimientos y habilidades para incursionar en el comercio electrónico con el uso de las TICS.

Según (Jiménez et.al., 2020, pág. 132) en su artículo titulado “LA RELACIÓN ENTRE EL USO DE LAS NTIC EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES DE GUAYAQUIL.” manifiesta que el aprovechamiento de las TIC representa una oportunidad para que las empresas emprendan un crecimiento a nivel nacional e internacional. La competitividad, a través de las tecnologías, hace que haya mayor rentabilidad y desarrollo económico en el país.

Dentro de este contexto, las TIC con sus herramientas ayudan a crear vínculos de forma inmediata que lleven a una digitalización y conectividad en todos los espacios del mundo, generando una automatización de actividades, lo que ayuda a minimizar gastos y aumentar la productividad en

la organización. Para que esto funcione es necesario un acceso a la información que facilite la toma de decisiones, siendo una ventaja competitiva en la industria.

Finalmente (Loor et al., 2021, pág. 49) en su artículo concluye que, mediante la aplicación de nuevas herramientas tecnológicas las cuales intervienen en los procesos organizacionales generan en los mercados actuales una captación eficiente de clientes debido a que se realiza una correcta administración comercial, a su vez se evidencia un resultado favorable por encontrarse alineado a las nuevas tendencias.

Una interacción entre las tecnologías de información y comunicación en el sector empresarial genera impactos positivos, permitiendo mejorar la asignación de recursos fomentando un ambiente y cultura organizacional colaborativa, que permitan responder con mayor agilidad a las dinámicas del mercado cambiando el ambiente organizacional a un enfoque tecnológico.

2.2 Referencias Teóricas

2.2.1 Economía Popular y Solidaria

Según el artículo 1 de la (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018, pág. 3) menciona que la Economía Popular y Solidaria puede definirse como la:

Forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Su objetivo es responder los problemas sociales (carencias y necesidades) creadas por el sistema capitalista, los cuales no eran atendidos ni por el mercado, ni por el Estado, además es conocida como el tercer sector. (Herrera, 2018, pág. 14)

La economía popular y solidaria ha tenido una evolución con gran trascendencia desde los años 80 y consolidándose en los 90, sin embargo, es indudable el conocimiento de este modelo económico alternativo para la comunidad debido a que solo se conoce que existe el sector público

y privado dejando a un lado la participación del tercer sector. Al respecto actúa como un conjunto de recursos, habilidades, técnicas y conocimientos en la realización de actividades de producción, distribución, consumo, circulación y financiamiento, operando con métodos democráticos y participativos para mejorar las condiciones de vida de las personas y del medio ambiente.

2.2.1.1 División del sector de Economía Popular y Solidaria

Los sectores, grupos y clases que integran la Economía Popular y Solidaria están conformados de la siguiente manera:

Tabla 1-2: División del sector de Economía Popular y Solidaria

SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO	SECTOR NO FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO
- Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC)	- Cooperativas
- Entidades Asociativas o Solidarias	- Asociaciones
- Cajas y Bancos Comunales	- Comunas
- Cajas de Ahorro	- Unidades Económicas Populares

Fuente: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

La división que establece la Economía Popular y Solidaria permite identificar y agrupar los diferentes sectores que participan, donde permiten al ser humano unirse de acuerdo con su preferencia y actividad.

2.2.1.2 Cooperativa

De acuerdo con el artículo 34 de la (Ley de la Economía Popular y Solidaria , 2012, pág. 10)

Son cooperativas, las organizaciones económicas solidarias, constituidas como sociedades de derecho privado, con finalidad social y sin fin de lucro, auto gestionadas democráticamente por sus socios que, unen sus aportaciones económicas, fuerza de trabajo, capacidad productiva y de servicios, para la satisfacción de sus necesidades económicas, sociales y culturales, a través de una empresa administrada en común, que busca el beneficio inmediato de sus integrantes y mediano de la comunidad.

Las cooperativas son la base social y económica de un país mismo que actúa como un actor estratégico, donde el ser humano es privilegiado sobre el capital posible, lo que significa prevalecer el desarrollo de habilidades y capacidades que posee para satisfacer sus diferentes necesidades buscando el bien común de sus actores.

2.2.1.3 Organizaciones del Sector Cooperativo

Tabla 2-2: Organizaciones del Sector Cooperativo

DEFINICIÓN	CLASIFICACIÓN
En una cooperativa las personas se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades comunes a través de su organización y gestión, a su vez siendo administradas democráticamente.	Cooperativas de Producción
	Cooperativas de Consumo
	Cooperativas de Vivienda
	Cooperativas de Ahorro y Crédito
	Cooperativas de Servicio

Fuente: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

La clasificación de las diferentes cooperativas se relaciona con el objeto social que tenga cada una, es por ello por lo que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en su Reglamento se logra identificar a 5 grupos donde las personas al momento de asociarse deben identificar su razón social para que de este modo pueda operar de manera uniforme con las demás y no encontrarse en una desorganización.

2.2.1.4 Cooperativas de Producción

El artículo 24 de la (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018, pág. 8) sostiene que “*Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles.*”

Las cooperativas de producción son sociedades cuyo objeto social son desarrollar actividades productivas que satisfagan las necesidades de la población mediante el trabajo colectivo de sus socios.

2.2.2 TICS (Tecnologías de Información y Comunicación)

Son los mecanismos vinculados al área de tecnología con la información a transmitir, para (Slusarczyk, 2019, pág. 40) abarca “la búsqueda de información, comunicaciones, mejora de la productividad y competitividad, desarrollo de innovaciones, internacionalización de las empresas, automatización industrial, marketing y el soporte a la gestión empresarial.”

Las tecnologías de información y comunicación son una herramienta estratégica que operan de manera más flexible y actualizada con los cambios que tiene el mundo en el sector tecnológico.

2.2.3 TICS en las Cooperativas

Con las tecnologías de información y comunicación se logra eliminar barreras físicas y temporales por la aplicación que tienen a través del comercio electrónico en donde interviene el personal de la organización siendo un actor interno con sus diferentes actividades y actores externos de interés por sus solicitudes. (García & Duque, 2016, págs. 65-78)

Las tecnologías de información y comunicación permiten automatizar los procesos entre actores internos y externos mejorando así la productividad y eficiencia de las cooperativas a su vez convirtiendo sus procesos en dinámicos e innovadores frente la competencia.

2.2.3.1 Presencia de TICS en la red

Cuando se habla de presencia activa en Internet, se refiere a la disponibilidad por parte de la organización de un servicio de información en Internet mediante la World Wide Web (www), o bien como medio de comunicación a través del correo electrónico, instrumentalizado normalmente a través de una o más páginas web en un servidor, propiedad o no de la empresa o cooperativa. (Montegut et al., 2013, pág. 234)

Varias cooperativas tienen conexión a la red es decir el internet, sin embargo, no todas tienen su presencia por estar conectadas constantemente. Por lo tanto, todavía existen cooperativas que no han dado el paso de aprovechar las posibilidades que ofrece el internet como medio de comunicación para fines comerciales.

2.2.3.2 *Características de las TICS en las cooperativas de producción*

- Genera nuevos canales de comunicación.
- Dinamismo y accesibilidad a los diferentes servicios de la red digital.
- Futuro competente por generar confianza, transparencia y comunicación.
- Su aprendizaje en TICS se denomina e-learning (aprendizaje electrónico)

Las diferentes características que ofrece las TICS en las cooperativas de producción superan distancias y reducen costos permitiendo dar respuestas inmediatas a las necesidades de la organización y la colectividad.

2.2.3.3 *Ventajas de implementar las TICS en las cooperativas*

- Permite la comunicación entre personas, trascendiendo las barreras de espacio y de tiempo.
- En la contabilidad, se producen mejoras en velocidad (hacer lo mismo, pero más rápido) permitiendo nuevos métodos de trabajo contable que puedan llevarse a cabo.
- Ventajas competitivas con las demás cooperativas, permitiendo dar respuestas inmediatas a las necesidades de cada uno de los asociados.
- Permite acceder a mayor variedad de segmentos de mercado. (García & Duque, 2016, págs. 65-78)

El implementar las TICS en las cooperativas genera una ventaja competitiva y valor agregado con otras cooperativas, permitiendo dar respuestas a las diferentes necesidades de la organización y colectividad.

En la presente investigación para el desarrollo de las TICS, se optó por utilizar un *sistema de gestión de contenidos*, medio el cual es una herramienta de apoyo en las organizaciones para publicar y actualizar contenidos empresariales, generando una interactividad con la comunidad.

2.2.4 *CMS (Content Management System)*

Es una herramienta de software que permite crear, organizar y publicar documentos y otros contenidos de forma colaborativa, se encuentra desarrollada por un conjunto de aplicaciones web que, de un modo similar a un portal, operan tanto en internet como en intranet. (Lerma et al., 2013, pág. 12)

Son sistemas que permiten a un usuario u organización la gestión de contenidos web a través de una aplicación web, siendo un proceso de intercambio de información tratando de emparejar lo que uno como organización tiene con lo que los clientes desean conocer.

2.2.4.1 Funcionamiento de un CMS

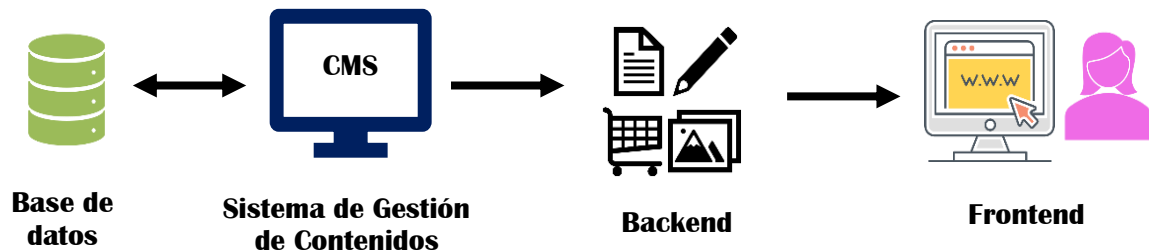


Ilustración 2-2: Funcionamiento de un CMS

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

- *Base de datos:* La base de datos del sistema del CMS se usa para almacenar información de la plataforma, como detalles de usuario, servidor, carpeta, documento, configuración y autenticación. Se conserva en el Servidor de administración central (CMS) y se conoce como el repositorio del sistema. (Systemanalyse Programmentwicklung, 2017, pág. 43)
- *Sistema de Gestión de Contenidos (CMS):* Al momento de recabar toda la información para visualizar se necesita de una aplicación web, es decir un CMS que le permita crear su estructura y publicar el contenido.
- *Backend:* Es el área de administración del sistema de gestión de contenido, es decir donde se lleva a cabo todas las operaciones de configuración y actualización del sitio.
- *Frontend:* Es la interfaz de presentación donde utiliza el cliente desde cualquier medio digital para su conexión a través de internet. (Ferry, 2018, págs. 1-10)

2.2.4.2 Personal de un CMS

Quienes serán encargados para su desarrollo serán las siguientes personas:

- **Responsables IT:** Encargado de configurar el CMS, adoptando de manera gráfica y creando diferentes tipos de contenidos para que puedan ser adecuados a la necesidad del cliente, negocio o empresa.
- **Diseñadores:** Personas encargadas de crear, añadir, modificar los recursos informáticos como los son; gráficos, banners, publicidad y fotos.

- **Usuarios editores:** Delegado a crear toda la información relevante en base a textos, artículos y contenidos referenciales.
- **Usuarios finales:** Son aquellos que interactúan con la parte publicada del CMS.

2.2.4.3 *Beneficios de utilizar un CMS*

Utilizar un sistema de gestión de contenidos provee las siguientes ventajas:

- Genera asistencia al crear a una comunidad de personas mayor relacionadas y conectadas.
- Proporciona mayor fluidez con la información que debe ser publicada y actualizada en la web.
- Puede realizar cambios de información durante cualquier tiempo y espacio.
- Refleja una interfaz gráfica atractiva para las personas, con fácil uso e intuitiva en su navegación.
- Su proceso de creación es fluido debido a la diversidad de plantillas predeterminadas y funcionalidad que lo acompañan.

Para seleccionar la plataforma que soportará el sistema de gestión de contenido se deberá tomar en cuenta algunos elementos antes de su implementación como; dominio y hosting que sean accesibles a los objetivos de la organización, luego elegir un sitio web interactivo que sea sencillo para navegar.

2.2.5 *Dominio*

Es el nombre único que va a tener el sitio web, siendo un identificador en todo el mundo permitiendo que las personas puedan digitalizar el nombre en el buscador y se refleje el contenido en la web. (Gallardo, 2019, pág. 31)

2.2.6 *Hosting*

También es conocido como alojamiento web siendo un servicio que una empresa externa provee a los usuarios para que se pueda almacenar cualquier tipo de información relevante para la sociedad. Se puede llegar a almacenar desde una simple imagen, a todos los datos e información de una gran empresa a nivel mundial. (Gallardo, 2019, pág. 31)

2.2.7 Sitios Web

Poseer un sitio web genera mayor participación en el mercado, por reflejar información sobre la organización agrupada en un solo sitio siendo accesible con el apoyo de internet y redireccionada con diferentes enlaces internos para obtener más información de la misma. (Lozano et al., 2021, pág. 918)

Un sitio web es un espacio virtual que es almacenado en un servidor reflejando toda información relevante hacia las demás personas, tiene como objetivo poseer apariencia en la red y que varias personas a través del internet puedan acceder a la información desde cualquier espacio y tiempo del mundo.

2.2.7.1 WordPress



Ilustración 3-2: Logotipo WordPress

Fuente: Wordpress, 2022

WordPress es un software de código abierto, en la actualidad es el sistema de gestión de contenido web con mayor popularidad en el mercado. Es gratuito, sus inicios fueron en una plataforma para blogs, posteriormente se fue consolidando e integrando nuevas herramientas para su uso como; pluggins y temas que son fáciles de configurar.

2.2.7.2 Drupal



Ilustración 4-2: Logotipo Drupal

Fuente: Drupal, 2022

Drupal es un software más avanzado permite que el sitio web se encuentre integrado con herramientas de análisis a través de su codificación, a su vez utilizan grandes empresas como Tesla y Sony Music, es decir es una plataforma para profesionales y complicada de utilizar.

2.2.7.3 Joomla!



Ilustración 5-2: Logotipo Joomla!

Fuente: Joomla, 2022

Joomla es un software de código abierto, fácil y flexible de utilizar, su herramienta más significativa es la segregación de contenido, es decir se puede emplear varias plantillas de diseño a las páginas. Es utilizado para fines personales y comerciales, permitiendo gestionar el contenido de manera clara y segura.

2.2.7.4 PrestaShop



Ilustración 6-2: Logotipo PrestaShop

Fuente: Joomla, 2022

PrestaShop es un software de código abierto, su herramienta más significativa es el acceso para utilizar recursos de comercio electrónico opciones como WooCommerce, tiene una amplia selección para operar en la plataforma, en el caso de necesitar mayor accesibilidad a herramientas se tiene que comprar plantillas premium y así escalar poco a poco. (Bustos, 2022)

2.2.7.5 Comparación entre mejores CMS

Tabla 3-2: Comparación entre mejores CMS

CARACTERÍSTICAS	CMS			
	WordPress	Drupal	Joomla!	PrestaShop
Popularidad (promedio de descargas por semana)	1 000 000	34 000	113 000	N/A
Plugins gratuitas	+27 000	+24 000	+7 000	+3 000
Nivel de dificultad	Amateur	Standard	Standard	Standard
Tiempo de instalación	5 minutos	10 minutos	10 minutos	10 minutos

Velocidad del software	+++	+	+	++
Biblioteca de extensiones	+++	+++	++	++
Curva de aprendizaje	+++	+	++	++
Interfaz	+++	+	+	+

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

Para su ponderación se ha considerado la siguiente escala de calificación:

- +++ Excelente
- ++ Regular
- + Malo

Una vez realizado un cuadro comparativo entre los gestores de contenidos con mayor tendencia se puede visualizar que WordPress y Drupal tienen una mayor aceptación por parte de los usuarios, sin embargo, una característica que lo diferencia es la facilidad de utilizarla y su curva de aprendizaje, por parte de WordPress se tiene ya establecido plantillas en donde el usuario debe adaptarlas según sus exigencias e ir personalizando en el transcurso del tiempo a través de los plugin que tiene como soporte, mientras que en Drupal se requiere de experiencia previa para realizar sus modificaciones. (Carazo, 2015, pág. 23) menciona que a diferencia de otros CMS uno de los puntos a favor de WordPress una vez instalado es que se puede configurar el sistema a través de un escritorio simple e intuitivo, de igual forma como son las actualizaciones debido a que el sistema avisa cuando hay una versión nueva, para que no exista ninguna preocupación.

Por otro lado, el administrar un sitio web para Drupal se encuentra relacionado con la de un desarrollador mientras que en WordPress según (Jiménez A. , 2021) se requiere de cualquier persona que sepa utilizar un computador y usar internet para realizar la tarea de administrar sin mayores inconvenientes, es decir se puede realizar desde un principiante y como soporte puede ejecutarse a través de la integración de un plugin denominado Yoast SEO, de este modo ayudando a que se efectúe una actualización adecuada y segura.

Con respecto a seguridad cada gestor de contenido está vulnerable a los diferentes ataques de hackers, por lo que como usuarios se debe tomar acciones adecuadas para cuidar el sitio, en el caso de Drupal anteriormente se ha presentado problemas en su lenguaje de datos pero con el paso del tiempo se ha solucionado, mientras que en WordPress no ha presentado este tipo de amenazas debido a la variedad en plugin y temas que posee, en este sentido se conoce que al tener mayor presencia de soporte al momento de instalar uno de ellos puede presentarse con una desactualización de configuraciones y una mala codificación del mismo. Sin embargo, WordPress ofrece mayor adaptabilidad siempre y cuando se tome acciones adecuadas y seguras, es por ello

por lo que como usuarios se debe realizar una revisión previa antes de su instalación sea plugin o tema para proteger el sitio.

En general, de acuerdo con (Martínez, 2019, pág. 18) al momento de utilizar WordPress como primer gestor de contenido para realizar una web, no requiere de conocimientos previos detallado sobre tecnologías o desarrollo web, pero quienes se sientan cómodos con esas tecnologías podrán crear sitios de apariencia profesional. Por lo que se puede destacar de WordPress es que al momento de familiarizarse con el pasar del tiempo se podrá lograr grandes cosas debido a la funcionalidad que ofrece, su flexibilidad se adapta a la propuesta sin necesidad de contratar a un desarrollador de software para que ejecute el sitio web, de igual forma se puede encontrar guías de aprendizaje y tutoriales para seguir con la edición en WordPress y así resolver las dudas que se presenten.

Finalmente, cada gestor de contenido ofrece multifunciones para crear un sitio web, sin lugar a duda para no tener dificultades y al no poseer conocimientos técnicos en codificación se ha descartado usar Drupal y ser elegido WordPress por lo que va de acuerdo con las exigencias de la organización y las habilidades del estudiante teniendo un control de personalización lo que no se encuentra en Drupal debido a que se encuentra enfocado a programación y como el presente trabajo se encuentra relacionado con el sector empresarial se ha optado por el antes mencionado. WordPress permite en su edición elegir un tema adecuado al presente trabajo como lo es el comercio electrónico, a su vez elegir los plugins necesarios para que de este modo tenga éxito la creación del sitio web y fortalezca a la comercialización en la organización.

2.2.8 Etapas para implementar un sitio web

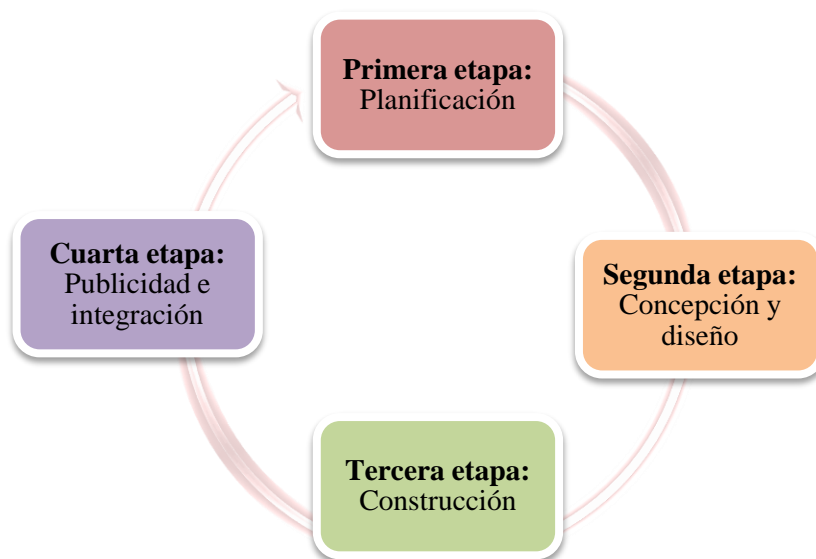


Ilustración 7-2: Fases para implementar un CMS

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

2.2.8.1 Primera etapa: Planificación

Para comenzar la tarea de creación del sitio web es necesario tener en mente el destino que se pretende dar al mismo, determinar las personas idóneas para su creación, construcción, evaluación y mantenimiento; al igual, deben identificarse los potenciales clientes o usuarios a los que se a dirigir el sitio web. (Gutiérrez, 2017, pág. 75)

Todo proyecto debe tener claro lo que desea alcanzar, es decir se debe definir los objetivos y expectativas a cumplir, a su vez con un previo análisis de comparación decidir que web se va a utilizar para continuar con su desarrollo, por otro lado, el personal que estará a cargo y los costos que los mismos se utilizarán para el levantamiento.

2.2.8.2 Segunda etapa: Concepción y diseño

En esta etapa se crea o adapta todo el material que se desea publicar en el sitio web, para ello se puede tomar la información ya existente, la misma puede ser mejorada, reducida o crear nuevo contenido que acompañe el aspecto general que desea dar a conocer para satisfacer las necesidades de los potenciales usuarios. (Bassi, 2000)

Una vez determinado los objetivos se debe establecer criterios de calidad en cuanto al contenido siendo en texto, imágenes, audio y video, dichos criterios deben estar bien definidos por que es la información dirigida hacia los clientes. Es idóneo organizar la información y dividirla de tal manera que los clientes puedan visitar el sitio previendo donde encontrar lo que buscan. Lo ideal es crear un prototipo de cómo será la implementación con su aspecto visual, elementos de interacción y presentación de contenidos relevantes de la organización. La presente etapa es un punto clave por la selección de una buena plantilla para que mediante el borrador se pueda mejorar y seguir realizando personalizaciones, brindando a las personas que tenga un buen funcionamiento y atracción por el sitio web.

Un sitio web puede tener un diseño muy extravagante y atractivo para las personas, pero al contar con un contenido muy extenso genera que los lectores se sientan aburridos y abandonen el sitio. Es por ello por lo que, el contenido debe ser dinámico siendo una mezcla de texto con precisión y estructurados al momento de redactar, combinados con imágenes que reemplacen a la idea a transmitir. Se debe tener en consideración a quién nos dirigimos y adaptar el lenguaje a los que las personas quieren conocer, no como organización queremos que conozcan.

2.2.8.3 Tercera etapa: Construcción

Una vez el sitio ha sido planeado y concebido, se debe entregar el diseño realizado a un programador experto o una persona asistente que tenga conocimientos en su implementación, quién utilizará las herramientas de software necesarias para desarrollar y configurar el sitio de la manera en que se desee hacerlo, alienadas a un solo objetivo. (Gutiérrez, 2017, pág. 76)

Fase donde el contenido y diseño se fusionan para desarrollar el sitio web, ajustando a los parámetros que se busca cumplir con los objetivos, su aspecto no será exactamente con el que tendrá el sitio una vez finalizado, pero servirá como guía para las adecuaciones.

2.2.8.4 Cuarta etapa: Publicidad e integración

En esta etapa se coloca el sitio creado en un servidor conectado a la red mediante un hosting, con el fin de que sea accesible al público, de igual forma se integra motores de búsqueda y crea hipervínculos para brindarle seguridad a los usuarios y sus datos. (Gutiérrez, 2017, pág. 77)

Luego de diseñar e implementar la base de datos y cumplir con las exigencias de la organización es posible llegar a la etapa de publicación del sitio web, a su vez debe verificar que se encuentre operando adecuadamente, previniendo errores en texto, imagen, audio y video. De este modo, se puede resolver algunos inconvenientes que son comunes en la actualidad, para que las personas puedan navegar correcta y empiecen a relacionarse con la organización.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de investigación

3.1.1 *Enfoque mixto*

(Mata, 2019) define al enfoque cualitativo como “una respuesta, a la naturaleza misma del contexto estudiado, como al proceso, a partir del cual, quien investiga va profundizando en el entendimiento de los significados.” Por otro lado, el enfoque cuantitativo busca una conversión de datos encontrados anteriormente, a su vez una mayor captación con la representación gráfica de los datos encontrados.

En la Cooperativa como primera instancia se utilizó la técnica de *observación* para identificar la participación activa de los socios, mismos que contestarán una encuesta aplicando el enfoque cualitativo a su vez una entrevista a la máxima autoridad siendo el gerente para conocer cuál es su gestión en el área de Tecnologías de Información y Comunicación y cuál es su prospectiva para el futuro en la organización, finalmente convertirlas en datos cuantitativos que serán representados mediante gráficas de forma pastel.

3.2 Nivel de investigación

3.2.1 *Investigación exploratoria*

La investigación exploratoria se considera como el primer nivel de acercamiento, debido a que se empieza a investigar un tema que no fue estudiado anteriormente o no existe mucha información al respecto. (Ríos, 2017, pág. 81)

Para el desarrollo de la presente investigación fue indispensable movilizarse a las instalaciones de la Cooperativa por tener un conocimiento extendido sobre el problema, permitiendo ubicarnos en el contexto y brindar una buena solución con respecto a la implementación de las *tecnologías de información y comunicación*.

3.3 Diseño de investigación

3.3.1 Según la manipulación de la variable independiente

3.3.1.1 Experimental

Su diseño es experimental, según (Ríos, 2017, pág. 82) “se manipula y controla el comportamiento de las variables. Busca describir los efectos de una intervención, estímulo o causa de un hecho.”

En el caso de la Cooperativa con su *implementación de las tecnologías de información y comunicación* se interviene en los detalles y cambios para que los mismos logren tener un mayor alcance con clientes potenciales.

3.3.2 Según las intervenciones en el trabajo de campo

3.3.2.1 Transversal

Su propósito según (Huaire, 2019, pág. 17) es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

De acuerdo con su evolución es una investigación transversal debido a que se realizó la recolección de datos durante un tiempo determinado y una sola vez con los socios activos y gerente de la Cooperativa.

3.4 Tipo de estudio

Para su desarrollo el tipo de estudio es documental y de campo.

3.4.1 Documental

Para (Ríos, 2017, pág. 81) “La investigación documental recurre a la consulta de documentos para obtener sus resultados”

La búsqueda documental de la presente investigación será extensa por agrupar la información relevante de acuerdo con los procesos y procedimientos a seguir para la implementación, de este

modo permitiendo ampliar los conocimientos que servirán de guía para poder comparar, diferenciar y estar actualizados con el tema de investigación que se está realizando.

3.4.2 De campo

La investigación de campo es aquella que “se realiza en el ámbito natural del objeto de investigación estudio, es decir, que se realiza in situ, el investigador tiene que ir a desarrollar su investigación ahí donde se encuentre el objeto o fenómeno seleccionado para su estudio” como lo menciona. (Muñoz, 2002, pág. 21)

Se utilizo una investigación de campo debido a que los acontecimientos para la problemática fueron analizados desde el lugar de los hechos en la Parroquia San Lorenzo, Ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar donde son las instalaciones de la Cooperativa, llegando a determinar las falencias y necesidades que tiene en el área tecnológica, a su vez permitiendo recolectar la información relevante para la elaboración e implementación de la propuesta.

3.5 Población y planificación, selección y cálculo de la muestra

Una vez revisada la información en el portal de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria se conoce que la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar para el año 2022, posee 18 socios.

Tabla 4-3: Socios COPROSIL 2022

SOCIOS COPROSIL 2022	
PARTICIPACIÓN	CANTIDAD
Activos	8
Inactivos	10
TOTAL	18

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

3.5.1 Muestra

Para el análisis correspondiente me enfocaré en los socios activos que mantiene la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, las cuales ascienden a 8 personas y debido a su tamaño se considerarán la población y muestra del presente trabajo de investigación.

3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

A continuación, se mencionan los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizaron durante el proceso de recolección de información, para el desarrollo del presente trabajo de titulación, obteniendo información actual y real de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

3.6.1 Métodos de investigación

3.6.1.1 Inductivo

El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. (Abreu, 2014, pág. 200)

En el presente trabajo de investigación se utilizó el método inductivo para analizar los temas relacionados con comercialización y TICS de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo siendo un planteamiento individual donde posteriormente con las observaciones realizadas y toda la información recolectada se plantea un razonamiento general estableciendo conclusiones sobre la situación actual que atraviesan en la misma y luego implementar las TICS para su beneficio en el mercado.

3.6.1.2 Analítico

El método analítico o conocido como análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. (Rodríguez & Pérez, 2017, pág. 186)

Se consideró el método analítico en el presente trabajo para identificar los requerimientos de cada socio activo que tiene la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, de igual manera la entrevista a su Gerente, lo que da paso a concretar resultados más detallados y concretos que servirán en la implementación de las tecnologías de información y comunicación.

3.6.1.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas que se usaran para recolectar los datos en este trabajo son la encuesta, entrevista y

observación, siendo cada de una ellas estructuradas y planificadas para un mejor desarrollo y obtención de información.

3.6.1.4 Encuesta

La encuesta para (Baena, 2017, pág. 82) “Es la aplicación de un cuestionario a un determinado grupo que se desea estudiar, es una guía de preguntas que se aplica a un grupo de personas que representan una muestra de un universo de la población investigada.”

En la presente investigación se aplicará la encuesta a los socios activos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, estando estructurada con preguntas abiertas relacionadas al tema propuesto siendo claras y precisas con el fin de recopilar datos acerca de cómo ha sido el trabajo de las tecnologías de información y comunicación en la organización de forma que refleje el requerimiento de la propuesta con su implementación o mejora con las existentes.

3.6.1.5 Entrevista

De igual forma (Montagud, 2020) la define como “una técnica con la cual se obtienen datos a partir del diálogo entre dos personas: el entrevistador, o bien el investigador, y el entrevistado.”

La presente técnica de obtención de información mediante preguntas previas y manteniendo un diálogo será al gerente de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar considerando una parte esencial de gestión en la organización de este modo se podrá conocer su accionar en cuanto a su periodo con el ámbito tecnológico enfocado a la comercialización.

3.6.1.6 Observación

Finalmente (Montagud, 2020) la observación radica en un “fenómeno, hecho o caso concreto, tomando la información necesaria y registrándola de forma más o menos sistemática.”

Para el presente caso se realizará una observación directa por el contacto personal que se ejecutará en la cooperativa y de igual forma una observación de campo por la visita a las instalaciones de la misma.

3.6.2 Instrumentos de recolección de información

3.6.2.1 Cuestionario

“Conjunto de preguntas en relación de una o más variables que se vayan a medir.” (Hernández et al., 2014, pág. 217)

Las preguntas elaboradas fueron cerradas permitiendo un procesamiento de datos más sencillo, limitando al socio a contestar de manera precisa a lo que se le pregunta, y no generando más variables de que cuando se hace preguntas abiertas.

3.6.2.2 Guía de entrevista

(Hernández et al., 2014, pág. 407) menciona que una guía de entrevista tiene el propósito de recaudar información necesaria en relación con el planteamiento, de igual manera la cantidad de preguntas previstas están relacionadas con el tiempo que se busca en la misma.

Las preguntas elaboradas son abiertas enfocadas a un área específica siendo las Tecnologías de Información y Comunicación permitiéndole al gerente que exprese su libertad e indique las principales causas de su problemática. En este sentido se puede resumir de la siguiente manera:

Tabla 5-3: Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

TÉCNICA	INSTRUMENTO	INVOLUCRADOS
Encuesta	Cuestionario	Socios activos
Entrevista	Guía de entrevista	Gerente
Observación	Planificación de visitas	Gestión de comercialización enfocada en TICS

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Procesamiento, análisis e interpretación de datos

Una vez aplicadas las encuestas a 8 socios activos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, presento a continuación la tabulación y los resultados mediante tablas y gráficos, lo cual ayuda a tener una mejor comprensión de los datos obtenidos. A su vez una transcripción de la entrevista realizada al gerente de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

Cada técnica aplicada tuvo por objetivo recabar información, de que tanto conocen sobre las tecnologías de información y comunicación para que los mismos sirvan de estrategias para poder plantear una buena distribución de elementos en la creación del sitio web y así potenciar a la cooperativa con un gran crecimiento.

4.1.1 Encuesta

- **Pregunta 1: ¿Conoce el plan de comercialización de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 6-4: Pregunta 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

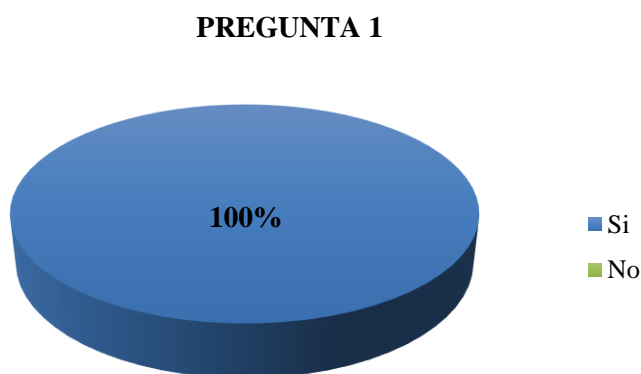


Ilustración 8-4: Pregunta 1

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

De los socios encuestados en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, se determinó que el 100% conoce que posee un plan de comercialización de esta para sus productos.

Interpretación

En su totalidad de socios respondieron de que conocen la existencia de un plan de comercialización, es decir en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo ha existido una socialización, mismo que ayudará a identificar nuevas oportunidades de mercado estando alineados a cumplir con sus objetivos cooperativistas.

- **Pregunta 2: ¿Conoce si la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo tiene medios digitales para dar a conocer sus productos?**

Tabla 7-4: Pregunta 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

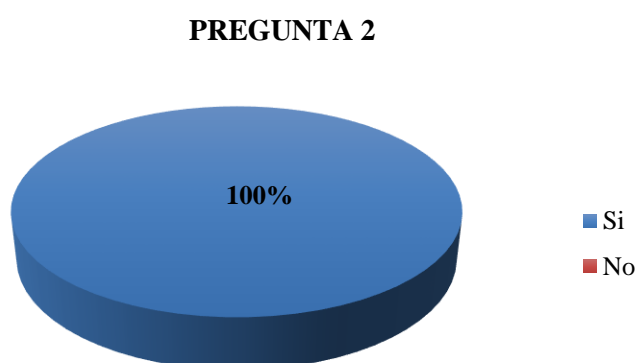


Ilustración 9-4: Pregunta 2

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Los socios encuestados en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, en un 100% conocen que la misma tiene medios digitales para dar a conocer los productos.

Interpretación

Al tener la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo medios digitales para dar a conocer sus productos será beneficioso puesto a que como antecedente ya existe una captación de clientes y no se empezará desde cero, a su vez siendo importante porque va a hacer fácil con la implementación de las TICS.

- **Pregunta 3: ¿Mediante que medios o canales se da a conocer los productos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 8-4: Pregunta 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personalmente	0	0%
Tiendas de barrio	0	0%
Ferias inclusivas	5	62%
Supermercados	0	0%
Propia Cooperativa	0	0%
Redes Sociales	3	38%
Otro	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 3

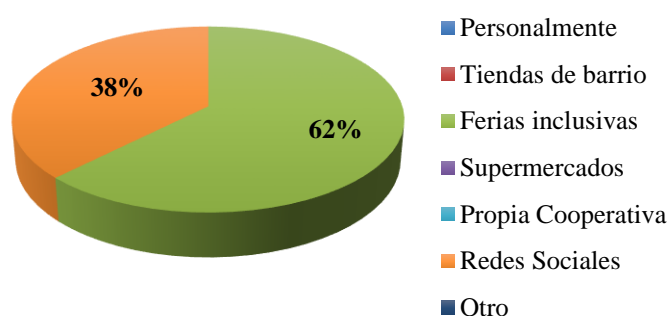


Ilustración 10-4: Pregunta 3

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Del 100% del total de encuestados, el 63% indicó que el medio o canal para dar a conocer los productos que ofrece la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo son las ferias inclusivas, y el 38% indicó que lo realizan a través de redes sociales.

Interpretación

Tomando en consideración las encuestas realizadas, el mayor porcentaje corresponde a que los productos de COPROSIL se dan a conocer mediante ferias inclusivas, siendo un espacio presencial de apoyo para los emprendedores y organizaciones impulsando una venta directa de productores hacia los consumidores, en menor porcentaje se da a conocer por redes sociales por lo que es necesario dar mayor énfasis a este medio para publicar los productos de la empresa debido a que hoy en día la mayoría de personas utilizan las redes sociales para comunicarse.

- **Pregunta 4: ¿Cuál es su opinión sobre el manejo de medios digitales en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 9-4: Pregunta 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Bueno	2	25%
Regular	6	75%
Malo	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

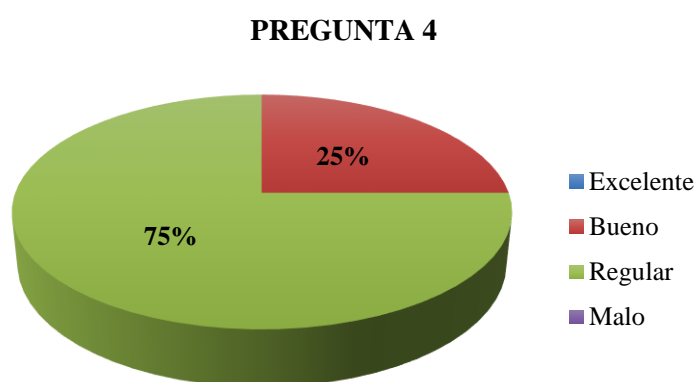


Ilustración 11-4: Pregunta 4

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

El 75% de los encuestados opinan que el manejo de medios digitales que posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo es regular, y el 25% indicó que es bueno.

Interpretación

Según las encuestas realizadas el manejo de los medios digitales que posee COPROSIL es regular por lo que es necesario que el manejo de estos medios de comunicación lo debe realizar una persona con conocimientos técnicos para sacar mayor provecho a las herramientas en beneficio de la cooperativa.

- **Pregunta 5: ¿Conoce usted lo que implica una transformación digital?**

Tabla 10-4: Pregunta 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	4	50%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

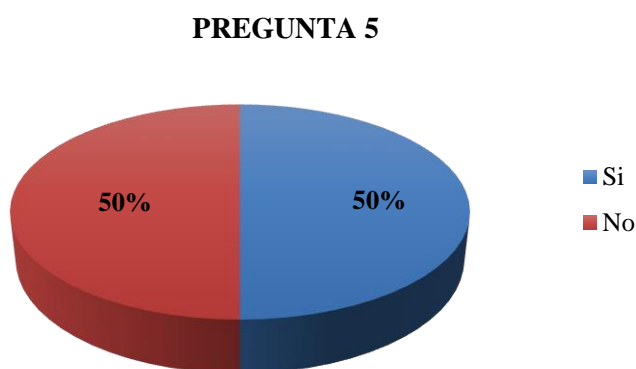


Ilustración 12-4: Pregunta 5

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

Análisis

El 50% de los encuestados manifiestan que conocen lo que implica una transformación digital y el 50% indica que no conoce.

Interpretación

La mitad de los socios encuestados de COPROSIL conocen lo que implica una transformación digital por lo que están alineados a las nuevas tendencias y se encuentran en una constante actualización de conocimientos, mientras que al 50% que no conoce se debe inducir los beneficios que posee, debido a que al no conocer lo que implica se seguirá usando procesos tradicionales y manuales corriendo el riesgo de perder clientes frente a la competencia, mismos que utilizan procesos más digitalizados y lo ideal sería estar actualizado a los constantes cambios del mundo tecnológico porque si no se actualiza como cooperativa quedaría rezagada con las demás organizaciones.

- **Pregunta 6: ¿Está de acuerdo en implementar una transformación digital en el área comercial en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 11-4: Pregunta 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	7	87%
Neutral	1	13%
Poco de acuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 6

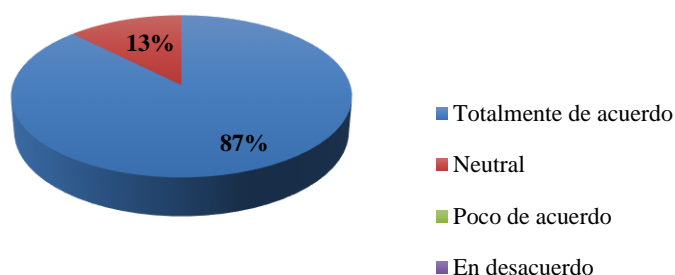


Ilustración 13-4: Pregunta 6

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Del 100% del total de los encuestados, el 87% está totalmente de acuerdo en que se realiza una transformación digital en COPROSIL, mientras que un 13% indicó que es neutral para su implementación.

Interpretación

A pesar de que el 50% de los socios no conocen lo que implica una transformación digital, en su mayoría están de acuerdo en implementarla, puesto que es en beneficio propio para COPROSIL, puesto a que permitirá estar alienados con las tendencias del mercado y con las demás organizaciones de producción.

- **Pregunta 7: ¿Qué le motiva implementar una transformación digital en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 12-4: Pregunta 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayor alcance de COPROSIL	4	50%
Forjar conocimientos digitales	0	0%
Mejorar experiencia de clientes	1	13%
Incrementar productividad	3	37%
Automatización de procesos	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 7

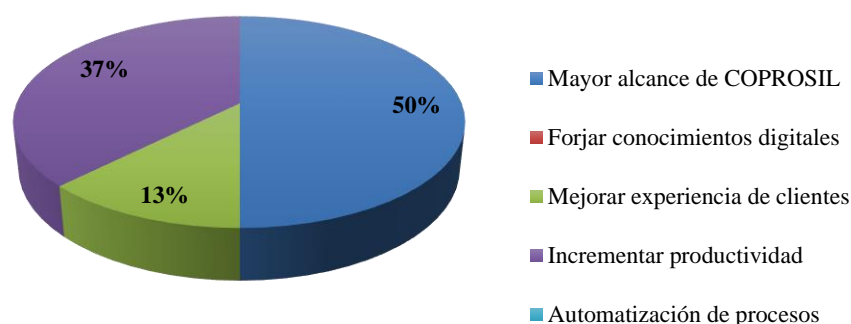


Ilustración 14-4: Pregunta 7

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Del 100% del total de los encuestados, el 50% indica que uno de los motivos para implementar una transformación digital es generar un mayor alcance de COPROSIL, seguido de un 37% por incrementar su productividad y un 13% por mejorar la experiencia de clientes.

Interpretación

Los socios al estar de acuerdo en implementar una transformación digital en COPROSIL, les motiva a tener un mayor alcance siendo una cooperativa participativa y acogida por los usuarios, al incrementar la productividad se facilitaría el desarrollo de tareas en varios procesos, finalmente para mejorar la experiencia en clientes por recibir una atención especializada de este modo ofreciendo una relación de fidelización por lo ofertado.

- **Pregunta 8: ¿Conoce si la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo posee un sitio web?**

Tabla 13-4: Pregunta 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

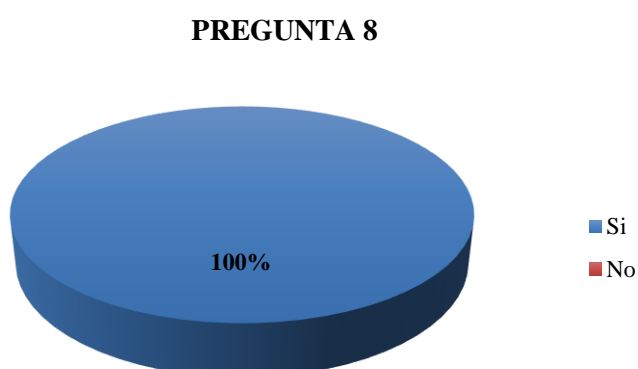


Ilustración 15-4: Pregunta 8

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

Análisis

El total de socios encuestados siendo el 100% manifiesta que la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo no posee un sitio web.

Interpretación

A pesar de tener algunos medios digitales enfocados a las tendencias del mercado, los socios manifiestan que COPROSIL no posee un sitio web siendo una de las herramientas necesarias que toda organización debe poseer para incrementar ventas y productividad en el mercado, es por ello por lo que se ha planteado la creación de una página web para la cooperativa.

- **Pregunta 9: ¿Conoce la cultura organizacional de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 14-4: Pregunta 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

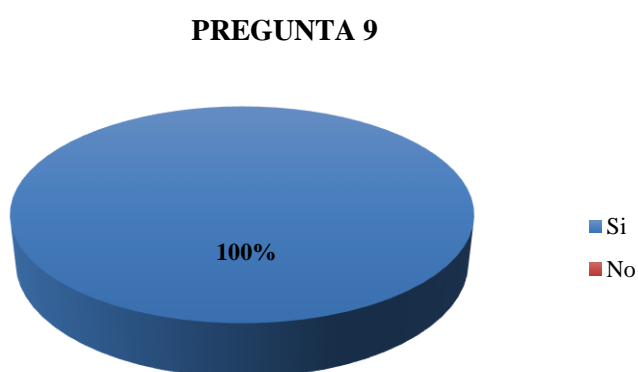


Ilustración 16-4: Pregunta 9

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023

Análisis

El total de socios encuestados siendo el 100% manifiesta que, si conoce la cultura organizacional de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

Interpretación

Como todo socio responsable y alineados a sus principios manifiestan que en su totalidad conoce la cultura organizacional de COPROSIL, puesto que todos se encuentran trabajando por un solo objetivo y no buscando propios intereses.

- **Pregunta 10: ¿Estaría de acuerdo en implementar un sitio web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo donde refleje su cultura organizacional, productos, entre otros?**

Tabla 15-4: Pregunta 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	8	100%
Neutral	0	0%
Poco de acuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 10

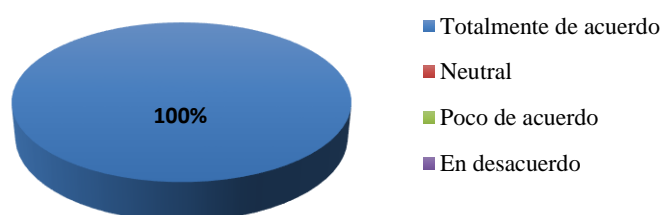


Ilustración 17-4: Pregunta 10

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

El total de socios encuestados siendo el 100% manifiesta que está de acuerdo de que se implemente un sitio web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

Interpretación

La totalidad de socios encuestados menciona que están de acuerdo en implementar un sitio web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, medio digital donde se suma a los que ya tiene la cooperativa y que el mismo refleje un contenido más amplio llegando así a posicionar la marca e incrementar ventas.

- **Pregunta 11: ¿Cómo le gustaría que fuese el sitio Web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 16-4: Pregunta 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dinámico	8	100%
Común	0	0%
Extravagante	0	0%
Normal	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 11

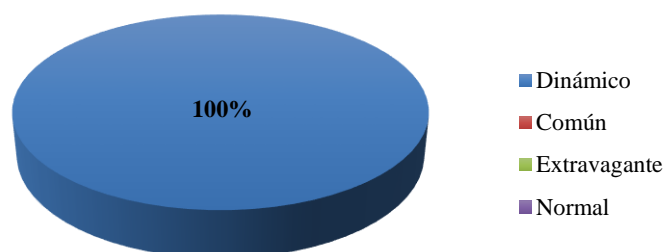


Ilustración 18-4: Pregunta 11

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

En su totalidad de socios encuestados siendo el 100% manifiesta que el sitio web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo a implementar debe ser dinámico.

Interpretación

Al tener la aceptación de socios para implementar un sitio web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo su estructura recomiendan que sea dinámico, para que a los usuarios les permita tener mayor interactividad con el contenido y el mismo pueda ser captado como cliente.

- **Pregunta 12: ¿Qué información atractiva considera que debe tener el sitio web?**

Tabla 17-4: Pregunta 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Recetas con productos	6	74%
Procesos de producción	0	0%
Currículo de los representantes	1	13%
Experiencia de clientes	1	13%
Precios	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 12

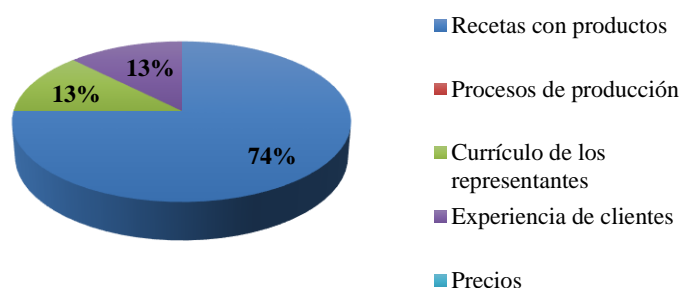


Ilustración 19-4: Pregunta 12

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Del 100% de los encuestados manifiesta que la información atractiva del sitio web, les gustaría en un 74% sea de recetas que se puede realizar con los productos ofertantes, seguido de un 13% que refleje el currículo de los directivos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo y finalmente con un 13% la experiencia de los clientes.

Interpretación

El contenido visual que refleje el sitio web es esencial para captar atención de las personas, los socios encuestados manifiestan que les gustaría que como información dinámica se incluya recetas con sus productos que oferta siendo deliciosas, fáciles y nutritivas para todos los gustos, y tiempos de consumo, seguido de que se visualice el currículo de los directivos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo siendo una información que describa las habilidades, conocimientos y experiencias en el transcurso de su vida laboral, por último conocer la experiencia de los clientes donde aporte credibilidad para la cooperativa.

- **Pregunta 13: ¿Considera necesario brindar una capacitación sobre temas tecnológicos enfocados al sector empresarial en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?**

Tabla 18-4: Pregunta 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

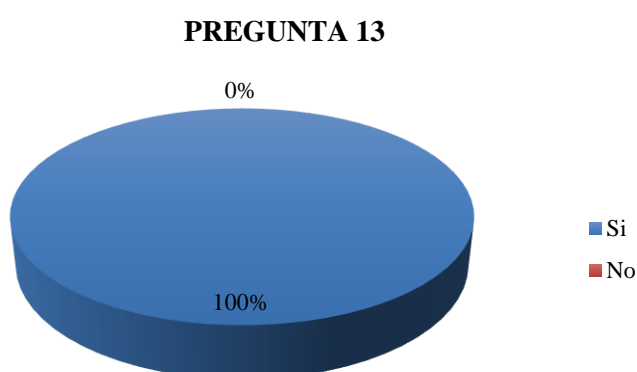


Ilustración 20-4: Pregunta 13

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Del 100% de los encuestados manifiesta que en su totalidad consideran necesario brindar capacitaciones sobre temas tecnológicos enfocados al sector empresarial.

Interpretación

Los socios encuestados manifiestan que es necesario brindar capacitaciones sobre temas tecnológicos enfocados al sector empresarial mismos que les permitan afrontar los retos de la realidad y sacar provecho de las herramientas que ofrece la tecnología.

- **Pregunta 14: ¿Cada que tiempo considera necesario que la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, brinde una capacitación sobre temas tecnológicos empresariales?**

Tabla 19-4: Pregunta 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada mes	0	0%
Cada 3 meses	1	13%
Cada 6 meses	5	63%
Cada año	2	24%
TOTAL	8	100%

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

PREGUNTA 14

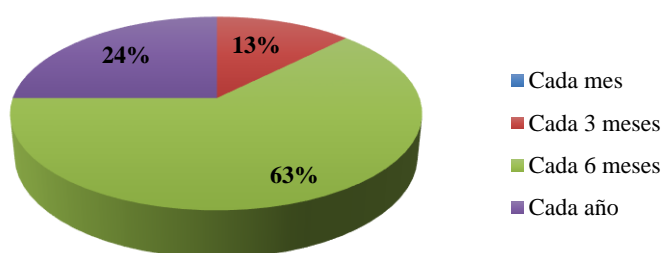


Ilustración 21-4: Pregunta 14

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Análisis

Del 100% de los encuestados manifiesta que, el 63% les gustaría recibir la capacitación en temas tecnológicos empresariales cada 6 meses, seguido de un 24% cada año y el 13% cada 3 meses.

Interpretación

Al tener una aceptación de los socios para brindar una capacitación sobre temas tecnológicos empresariales el tiempo que mayor lo consideran es de 6 meses siendo un lapso prudente para estar actualizados con las tendencias y optimizar recursos en la organización puesto a que pueden poner en práctica los conocimientos teóricos a la par, el brindar capacitaciones cada 3 meses sería un poco cansado y pesado para los socios y brindarlo cada año sería con mucha información y no se lograría tener una retención de los conocimientos.

4.1.2 Entrevista

Los resultados obtenidos de la entrevista realizada mediante una guía de entrevista al gerente de la Cooperativa de Producción y Agropecuaria Simón Lorenzo es la siguiente:

Datos Personales

Nombre: Sr. Ignacio Salas

Cargo: Gerente

MEDIOS DIGITALES

1. ¿Cuáles son los medios digitales que posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Los medios digitales que poseemos en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en redes sociales son: Facebook y WhatsApp, medios que hoy en día las personas utilizan con mayor frecuencia y permiten establecer una conexión más inmediata y constante.

2. ¿Cómo considera que los medios digitales fortalecerán la comercialización en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Entre más publicidad que realizamos tenemos un mayor alcance y mayor esperanza de venta para difundir los productos que poseemos, de igual forma atrayendo a clientes potenciales llevándolos a nuestros canales de comercialización.

3. ¿Cuál sería el medio digital más adecuado para socializar los productos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Al tener medios digitales con perfiles personales, lo más adecuado como empresa sería pasar a tener perfiles de empresa siendo en Facebook a una Fanpage y en WhatsApp a un WhatsApp Business, acompañados de un sitio web por tener herramientas más avanzadas que permitan plasmar todo el contenido de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS)

4. Desde su punto de vista, ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del uso de las TICS en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Entre las ventajas están que; no existe un gasto elevado debido a que con las herramientas limitadas que posee generan un gran alcance, también permite conocer con facilidad los productos con los diferentes contenidos que se comparte existiendo así una difusión extensa.

Entre sus desventajas están que; existen personas mal intencionadas que roban información o hackean, también al estar relacionado de forma extensa en la red puede existir un cruce de información.

5. ¿La Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo posee un capital de inversión para aspectos tecnológicos?

No posee específicamente.

6. ¿Qué gastos ha realizado la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en aspectos tecnológicos?

Los gastos han sido en recursos tecnológicos tangibles siendo: computadoras, teclado, impresoras, mouse, CPU, parlantes, teniendo como pendiente invertir en la parte intangible como lo es una aplicación virtual.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

7. ¿Conoce la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo lo que implica una transformación digital?

Si, actualizar la información y dejar lo tradicional, es decir realizar una sustitución de lo habitual con la digitalización y sus nuevas tendencias.

8. En base a las nuevas tendencias y cambios que vive el mundo, ¿Está de acuerdo que se realice una transformación digital en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Si, totalmente de acuerdo porque como Cooperativa de Producción debemos irnos apuntando a las nuevas tecnologías y sus actualizaciones, generando más eficiencia e innovación dentro de la organización tanto socios como gerente.

SOCIOS

9. ¿Cómo es la participación de los socios en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo? ¿Por qué?

Existen 18 socios de los cuales la mitad son buenos y malos, el porqué de los malos es por el desinterés con su participación en las diferentes actividades, a su vez una desmotivación por la

ausencia de dinero para invertir, de igual forma tienen una mentalidad de solo generar dinero, pero no realizar un trabajo comunitario. Sin embargo, existen 8 socios activos que si cumplen con los valores corporativos.

10. ¿Los socios poseen habilidades para el manejo de las TICS?

El 50% si conoce el otro 50% no debido a que no prestan interés de aprender, existen comunicados, pero no asistencia.

11. ¿Considera necesario que los socios de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, reciban una capacitación sobre el uso y funcionamiento de las TICS para fortalecer la comercialización?

Si a más de los que ya han participado mismos que fueron brindados por; Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), Fundación Maquita, y Programa Buen Vivir Rural.

4.2 Discusión

Después de haber realizado las encuestas en la organización a sus socios activos, es evidente que la organización no posee estrategias enfocadas a las tecnologías de información y comunicación siendo una de ellas el no poseer un sitio web y que los medios digitales que utiliza están desactualizadas al mundo empresarial, lo cual genera un incorrecto funcionamiento provocando a que exista una menor captación de clientes y ventas, así como hay una poca participación de los socios que se involucren en las diferentes actividades mismos que no han puesto el interés suficiente en buscar un fortalecimiento organizacional, siendo una situación desfavorable que perjudica al crecimiento de la compañía.

Por otro lado, al realizar la entrevista al gerente de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo se logró determinar que no posee un capital de inversión para aspectos tecnológicos, lo que genera una mala asignación de recursos para ejecutar funciones en la organización y a su vez indica que los socios no están comprometidos con la organización por una desmotivación económica en inversión, es por ello que para la elaboración de la presente propuesta los gastos serán cotizados por los dos actores en partes iguales, para que de este modo no se sientan requeridos con su contribución.

Finalmente, al conocer los aspectos relacionados a las tecnológicas de información y comunicación que posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo se puede evidenciar que se encuentra en un estancamiento con las nuevas tendencias lo que genera que la cooperativa no funcione correctamente, por lo cual es indispensable tomar medidas necesarias que fortalezcan los procesos de comercialización y mejoren las condiciones actuales llevándole a que la cooperativa tenga éxito a nivel local y nacional. Como primer accionar y al existir una acción favorable por los socios activos y gerente en implementar las tecnologías de información y comunicación conlleva al autor del presente trabajo en avanzar con la idea a defender en la creación de un sitio web y un diseño de canales de comercialización on-line que permita al cliente estar informado las 24 horas del día y los 365 días del año.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1 Título de la propuesta

IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS EN LA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA SIMÓN LORENZO, DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, PARA FORTALECER SU COMERCIALIZACIÓN EN SU PERIODO 2023

5.2 Objetivos de la propuesta

5.2.1 *Objetivo General*

- Implementar las tecnologías de información y comunicación aplicando canales de comercialización que le permitan mejorar el posicionamiento en el mercado a la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

5.2.2 *Objetivos Específicos*

- Analizar el requerimiento de implementar un sitio web que refleje su cultura organizacional y productos a ofertar.
- Conocer los diferentes sistemas de gestión de contenidos y elegir el adecuado para su implementación en el sitio web.
- Realizar un sitio web para la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo con la ayuda de un sistema de gestión de contenido, logrando un fortalecimiento en su comercialización.

5.3 Justificación de la propuesta

La transformación digital es una realidad que las organizaciones deben asumir, sus herramientas que ofrece están transformando a las organizaciones permitiendo un trabajo más productivo en las comunicaciones internas y externas, por lo tanto, las tecnologías de información y comunicación permiten crear un valor a la estructura organizacional.

Es esencial destacar que hoy en día la tecnología juega un papel importante en la vida de las personas de diferentes maneras, una de ellas vinculadas al sector empresarial es el de tener medios digitales que le permitan darse a conocer a la organización en todo el mundo, por lo expresado anteriormente y en vista de que las personas realizan una búsqueda en el internet es esencial que al momento de buscar a la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo se encuentre en primer lugar el sitio web de la organización una vez obtenido un dominio y creado el mismo para que les permita interactuar en el sitio y redireccionar con los demás medios digitales que posee.

5.4 Factibilidad de la propuesta

Como antecedente para definir la problemática se realizó una matriz denominada árbol de problemas y una vez concretado se procedió a realizar encuestas y entrevista siendo factores claves que lograron determinar la factibilidad y aceptación de los socios y gerente de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo con la elaboración de un sitio web como parte de las tecnologías de información y comunicación.

5.5 Factibilidad técnica

Al determinar la situación actual de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en cuanto a las tecnologías de información y comunicación se encontró que su uso es de forma tradicional, obsoleto y no alineados a las nuevas tendencias tecnológicos del mercado, por lo que se ha propuesto como primer accionar la creación de un sitio web.

El autor en el transcurso de sus 8 periodos académicos ordinarios (PAO) a través de las asignaturas brindadas conoce los medios que serán necesarios para su creación y como una persona enmarcada en la innovación tecnológica y actualizada en sus conocimientos determinará la mejor opción con los sistemas de gestión de contenidos, para que el sitio web sea de fácil uso y una alternativa para fortalecer la comercialización en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

5.6 Factibilidad operativa

Al determinar que los socios y gerente de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo están dispuestos a implementar un sitio web con una interfaz dinámica y que el contenido

este de acuerdo con sus exigencias es necesario que se establezca a un responsable para la continuidad del presente trabajo considerando de que la caducidad del sitio web es de un año.

De esta manera al tener una continuidad y actualización en el contenido generará un impacto positivo con las demás cooperativas de producción, argumentando de que el poseer un sitio web incrementa el nivel de confianza de sus clientes y de igual forma realza su prestigio dentro del mundo empresarial.

5.7 Recursos económicos

Los recursos económicos necesarios para la creación del sitio web serán costeados con un 50-50 de cada parte involucrada, siendo la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo y la autora del presente trabajo. El monto como máximo aproximado será de \$100,00 mismos que serán utilizados para la creación de hosting y dominio correspondiente para la presente propuesta.

5.8 Análisis de la propuesta

El débil conocimiento de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en temas de tecnologías de información y comunicación limita al crecimiento a nuevos mercados, ante lo cual es necesario establecer estrategias innovadoras en la web, ayudando a que la cooperativa crezca en el mercado debido a que la web tiene un alcance amplio. Al crear contenido en un sitio web las personas podrán visitar desde cualquier parte del mundo.

5.9 Perfil de la Cooperativa

5.9.1 Datos generales de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo

Tabla 20-5: Datos generales de la cooperativa

Razón Social	Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo “COPROSIL”
RUC	0291516297001
Dirección	Provincia: Bolívar Cantón: Guaranda Parroquia: San Lorenzo Calle: García Moreno Intersección: Rocafuerte Referencia: Frente al Subcentro de Salud
Teléfono	0980817512

Correo Electrónico mpaguayguingla@gmail.com

Representante Sr. Ignacio Gerardo Salas Robalino

Legal

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.9.2 Antecedentes de la cooperativa

La Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo surge como parte del proyecto “Incorporación de procesos agroecológicos en la producción de maíz suave vinculados a la operación de sistemas de acopio y comercialización solidarios en las parroquias San Lorenzo y San Simón del cantón Guaranda, provincia de Bolívar”, que fue impulsado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Ecuador.

COPROSIL por sus siglas inició sus actividades en el año 2018 con aproximadamente 45 socios, su denominación hace referencia a la unión para la conformación de la organización siendo las parroquias de San Lorenzo y San Simón, tiene como objeto social, la producción, transformación y comercialización de productos derivados de maíz.

5.9.3 Ubicación

Se encuentra ubicado en las calles García Moreno y Rocafuerte, frente al Subcentro de Salud parroquia de San Lorenzo, cantón Guaranda, provincia de Bolívar, con las siguientes coordenadas geográficas.

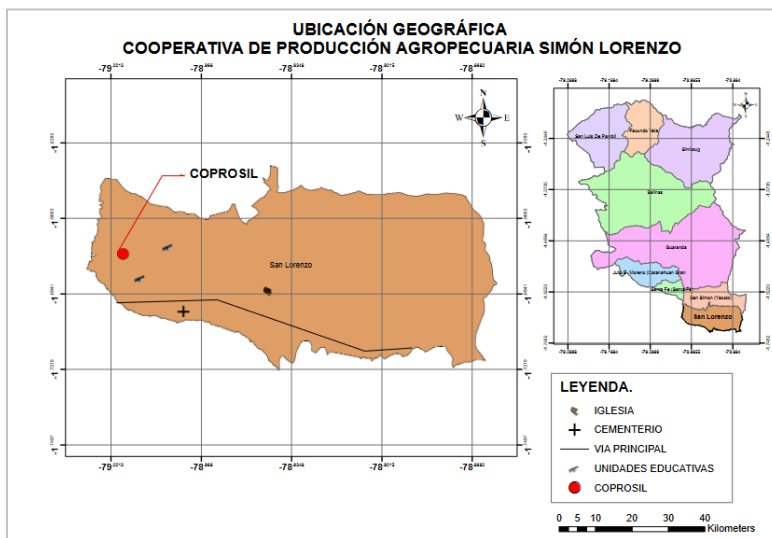


Ilustración 22-5: Ubicación geográfica COPROSIL

Fuente: COPROSIL,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.9.4 *Logotipo*



Ilustración 23-5: Logotipo COPROSIL

Fuente: COPROSIL,2023

5.9.5 *Marco Legal de constitución*

Fue constituida en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, con resolución No. SEPS-ROEPS- 2016-901423 con fecha 02, de marzo del 2016.

5.9.6 *Misión*

Ayudar a la productividad de la provincia de Bolívar, mediante el trabajo colectivo de cada uno de los socios con productos de calidad siendo responsables con el medio ambiente. (Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, 2021)

5.9.7 *Visión*

En el 2027 ser una organización que ofrezcan una nueva variedad de productos y reconocida en el sector productivo - comercial, teniendo certificaciones de organismos de calidad para brindar una mayor confianza en los consumidores. (Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, 2021)

5.9.8 *Directivos*

Los directivos que tiene la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en su periodo 2022-2023 es el siguiente:

Tabla 21-5: Directivos de la cooperativa

DIRECTIVOS DE COPROSIL		
APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	No. CÉDULA
Salas Robalino Ignacio Gerardo	Gerente	060103590-0
Pucha Quiroz Jesús Estuardo	Presidente	020208842-3
Córdova Yáñez Julio César	Secretario	020110734-9
Chinque Cuji Anita del Lourdes	Presidente Consejo de Vigilancia	020170007-7

Fuente: COPROSIL,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.9.9 Organigrama estructural

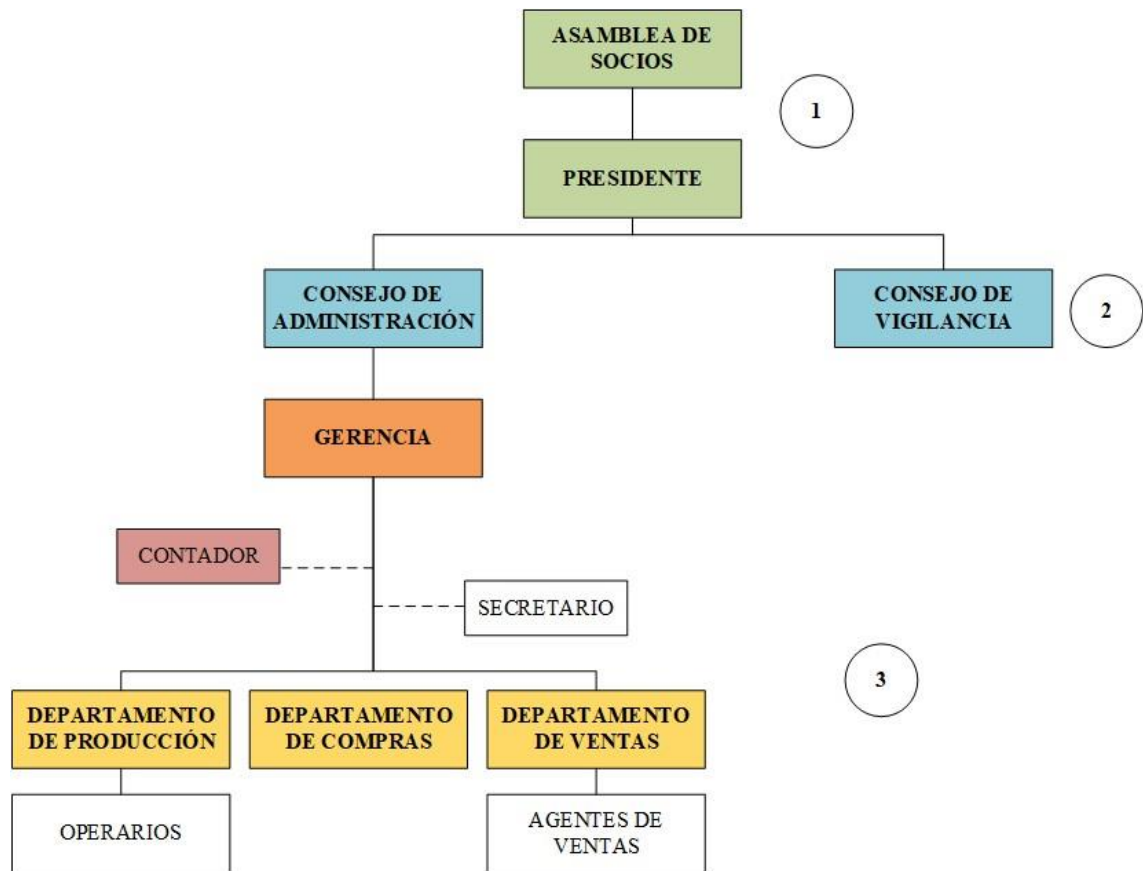


Ilustración 24-5: Organigrama estructural COPROSIL

Fuente: COPROSIL,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Tabla 22-5: Simbología del organigrama

NIVEL JERÁRQUICO	SIMBOLOGÍA	ELABORADO POR:
1. Estratégico	Autoridad	Katherine Ñacata
2.Táctico	Auxiliar	
3.Operativo	Asesor	

Fuente: COPROSIL,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10 Fases de Implementación

Son cuatro etapas fundamentales para la creación de un sitio web mismas que se encuentran enmarcadas en la metodología que se aplicará, siendo las siguientes:

- Etapa 1: Planificación
- Etapa 2: Concepción y Diseño
- Etapa 3: Construcción
- Etapa 4: Publicidad e Integración

En la siguiente ilustración se describe las actividades para el desarrollo de la propuesta planteada.

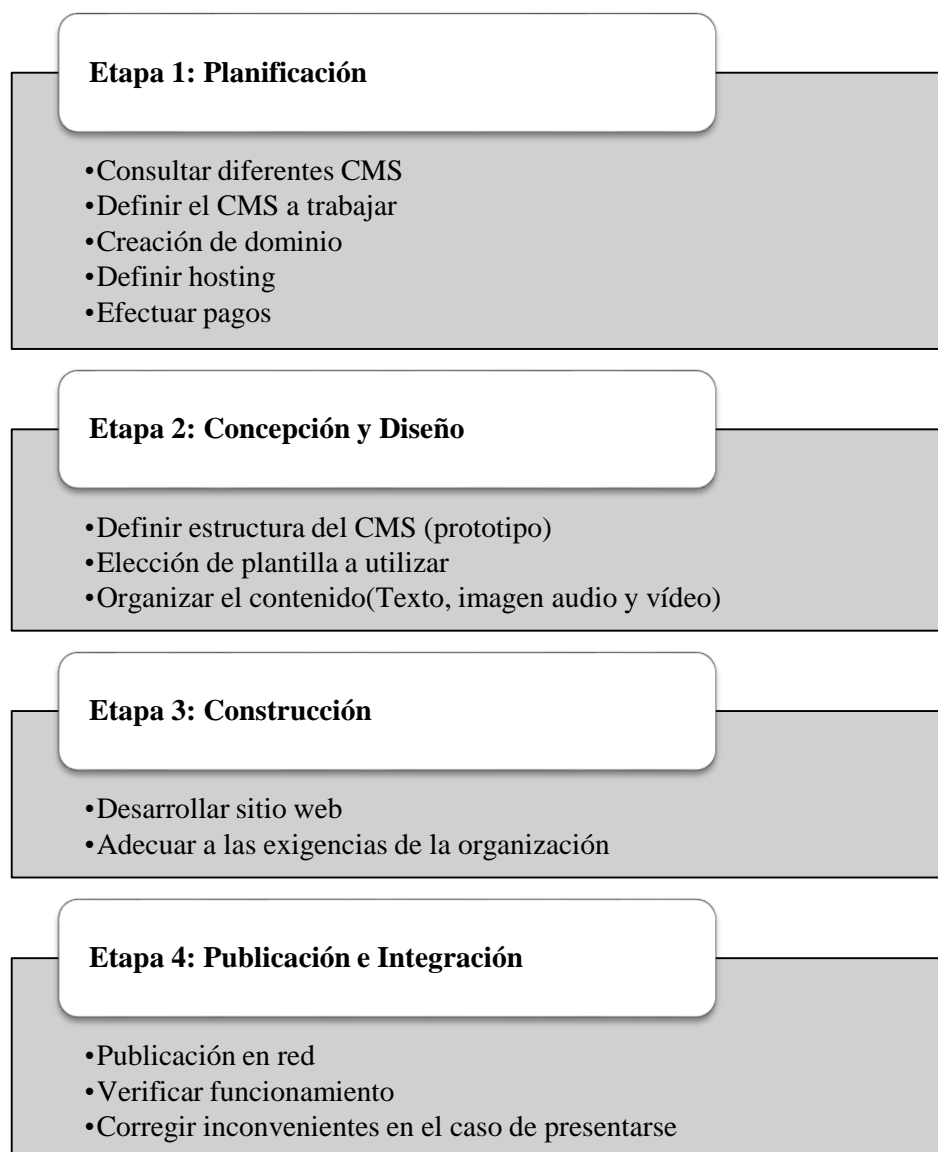


Ilustración 25-5: Fases de implementación

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.1 Etapa 1: Planificación

5.10.1.1 Definir el CMS a trabajar

Para la elaboración de la presente propuesta se ha realizado la consulta de los diferentes sistemas de gestión de contenido con sus características, ventajas y desventajas, posteriormente se efectuó una comparación de estos. Dando como seleccionado **WordPress** por la diversidad de funcionalidades que posee.

5.10.1.2 Creación de dominio

Para encontrar un dominio se tomó en consideración como alternativa el nombre de la Cooperativa a través de sus siglas que corresponden a **COPROSIL**, siendo un nombre al cual se puede identificar, sin embargo, se necesitaba comprobar la disponibilidad, mismo que fue a través de una web de alojamiento llamada **ECUAHOSTING**.

Extensión	Precio (USD)	Botón
.com	\$11.99 USD	Agregar
.ec	\$34.99 USD	Añadir
.com.ec	\$34.99 USD	Añadir
.org	\$14.99 USD	Añadir
.blog	\$32.89 USD	Añadir
.net	\$14.99 USD	Añadir
.shop	\$39.39 USD	Añadir
.store	\$66.10 USD	Añadir

Dominio Sugerido	Precio (USD)	Botón
coprosil.biz	\$17.39 USD	Añadir a Carro
coprosil.info	\$29.99 USD	Añadir a Carro
coprosil.net.ec	\$34.99 USD	Añadir a Carro
coprosil.info.ec	\$34.99 USD	Añadir a Carro
coprosil.tech.ec	\$34.99 USD	Añadir a Carro

Ilustración 26-5: Creación de dominio

Fuente: Ecuahosting.net

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Al tener disponibilidad de dominio para su registro se eligió **.com** por estar relacionado a la actividad empresarial, dando paso a proceder el pedido.

5.10.1.3 Definir hosting

Una vez definido el dominio, se procedió a seleccionar el plan de hosting que cumpla con las expectativas de la presente propuesta y que permita alojar al sitio web para que las personas lo puedan encontrar al momento de búsqueda en internet y tengan mayor facilidad de encontrar su información de consulta.

El plan de hosting elegido fue “Hosting Express PHP” por tener las características suficientes y necesarias para efectuar la propuesta siendo:

- 7 GB Capacidad
- Ilimitada Transferencia
- Ilimitados Correos
- Asistencia 24/7/365

Categorías ^

Selecciona tu plan

Hosting Express PHP

Cuentas de Correo ilimitado
24/7/365 Soporte
GRATIS Herramienta Softaculous
99.9% Tiempo de actividad del servicio
2 Base de Datos MySQL
Límite de Archivos 40000

\$29.99 USD
Anual

Pedir Ahora

- 7 GB Capacidad
- Ilimitado Transferencia
- 60 Cantidad de envíos por hora (Relay)

Hosting Junior PHP

Cuentas de Correo ilimitado
Adquiera y aloje 1 dominio adicional
24/7/365 Soporte
GRATIS Herramienta Softaculous
99.9% Tiempo de actividad del servicio
3 Base de Datos MySQL
Límite de Archivos 75000

\$37.99 USD
Anual

Pedir Ahora

- 15 GB Capacidad
- Ilimitado Transferencia
- 80 Cantidad de envíos por hora (Relay)

Hosting Basico PHP

Cuentas de Correo ilimitado
24/7/365 Soporte
GRATIS Herramienta Softaculous
99.9% Tiempo de actividad del servicio
10 Base de Datos MySQL
Límite de Archivos 100000

\$44.99 USD
Anual

Pedir Ahora

- 30 GB Capacidad
- Ilimitado Transferencia
- 100 Cantidad de envíos por hora (Relay)

Hosting Economico PHP

Cuentas de Correo ilimitado
Adquiera y aloje 3 dominios adicionales
24/7/365 Soporte
GRATIS Herramienta Softaculous
99.9% Tiempo de actividad del servicio
15 Base de Datos MySQL
Límite de Archivos 150000

\$59.99 USD
Anual

Pedir Ahora

- 50 GB Capacidad
- Ilimitado Transferencia
- 150 Cantidad de envíos por hora (Relay)

Ilustración 27-5: Selección plan de hosting

Fuente: Ecuahosting.net

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Del mismo modo al cumplir con las expectativas del plan de hosting se dio paso a proceder con el pedido agregando al carro de compras.

5.10.1.4 Efectuar pagos

Para continuar con el pago de los pedidos realizados en la plataforma de servicios REINEC se tuvo que realizar un registro de información, donde se tuvo que crear una cuenta para finalmente efectuar la facturación correspondiente.

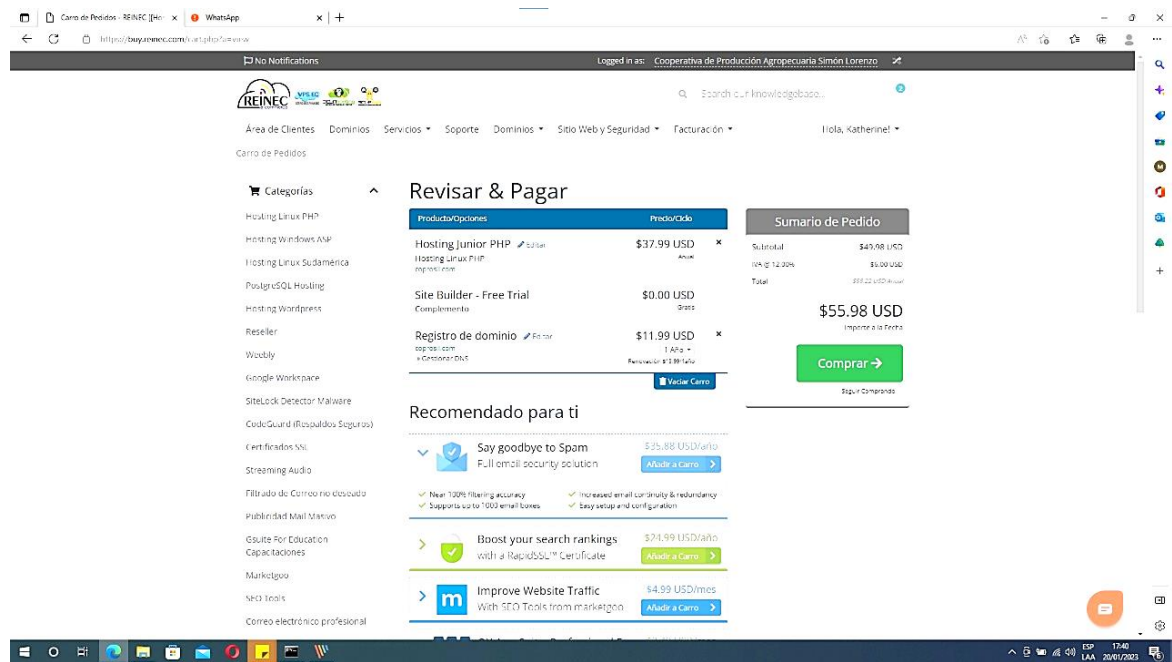


Ilustración 28-5: Efectuar pagos

Fuente: Ecuahosting.net

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.2 Etapa 2: Concepción y diseño

5.10.2.1 Definir estructura del CMS

La estructura para seguir según las recomendaciones de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo son; generalidades, productos, noticias, multimedia, contactos y redirecciones a sus diferentes perfiles, quedando de la siguiente manera:



Ilustración 29-5: Estructura CMS

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Se puede definir que la estructura a seguir es “jerárquica” siendo fácil de navegar en cada una de ellas y agrupada de acuerdo con la entrada a la que pertenece.

5.10.2.2 Elección de plantilla a utilizar

WordPress siendo un sistema de gestión de contenidos ofrece una diversidad de herramientas donde se puede adaptar y modificar a los gustos y preferencias del usuario, es por ello por lo que en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo se efectuó el máximo beneficio de sus herramientas.



Ilustración 30-5: Bienvenida a WordPress

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Al tener el ingreso correspondiente a la página de WordPress, ofrece por defecto varias plantillas en donde como usuarios debemos elegir una la cual se encuentre a las perspectivas que se desea generar con el público.

Se debe recordar de que existen algunas plantillas de manera gratuita y otras pagadas por tener un nivel PRO en la plataforma, en el caso de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo se ha elegido una plantilla predeterminada relacionada con “empresa y e-commerce” donde permitió trabajar con las funcionalidades preestablecidas. Siendo la plantilla “Feauty”

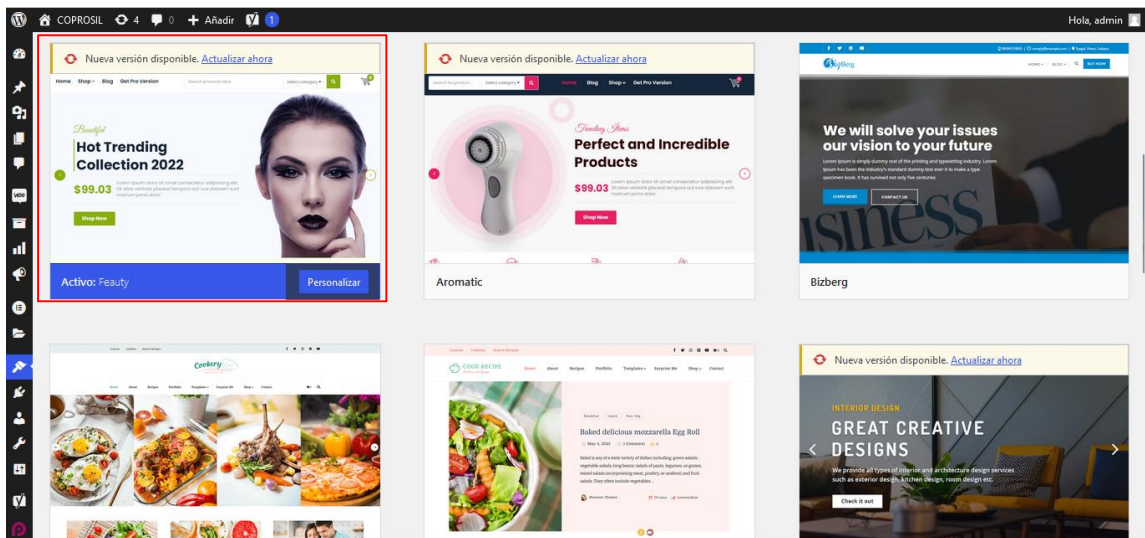


Ilustración 31-5: Elección de plantilla

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.2.3 Organizar del contenido

Con la información presentada por la Cooperativa de producción Agropecuaria Simón Lorenzo en base a su reglamento interno se logró clasificar la información que se quiere plasmar en el sitio web, acompañado por el material de apoyo como son imágenes y videos que tienen en su poder. Sin embargo, para tener un contenido actualizado se ha realizado la captura de nuevas imágenes y videos que permita tener una mejor visualización y presentación en el sitio web.

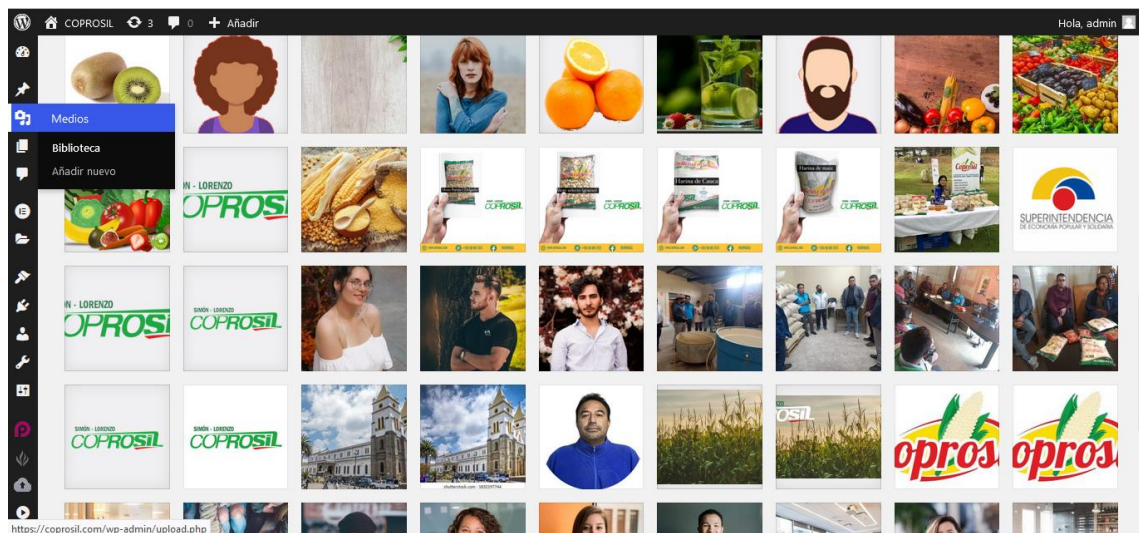


Ilustración 32-5: Biblioteca de medios

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3 Etapa 3: Construcción

5.10.3.1 Desarrollar el sitio web

Una vez elegido la plantilla a utilizar se ha tenido que trasladar toda la información clasificada anteriormente para que sea reflejada a todo el público en internet. Adicional como autora del presente trabajo me he tenido que familiarizar y actualizar con las opciones que ofrecer WordPress para que me permita avanzar con la propuesta, la herramienta que más se ha utilizado son los “plugins” que sirve como una herramienta complementaria para su elaboración.

Los plugins utilizados fueron:

- **PopularFX Website Templates:** Espacio que ofrece +500 plantillas para elegir de acuerdo con las exigencias del usuario.
- **PageLayer:** Editor de contenidos fácil de usar, que trabaja en conjunto con el editor clásico preestablecido de WordPress.
- **Elementor Header & Footer Builder:** Editor para encabezados y pie de páginas de forma personalizada a su vez con bloques internos dentro de los mismos.
- **Backuply:** Complemento que actúa como copia de seguridad de WordPress, siendo una herramienta de prevención para cualquier inconveniente que se pueda presentar.
- **WooCommerce:** Permite la creación de tiendas virtuales enfocadas a la parte comercial de la empresa.
- **eCommerce Companion:** Actúa de manera conjunta con el plugin WooCommerce, sin embargo, el presente se enfoca a la navegación del sitio.

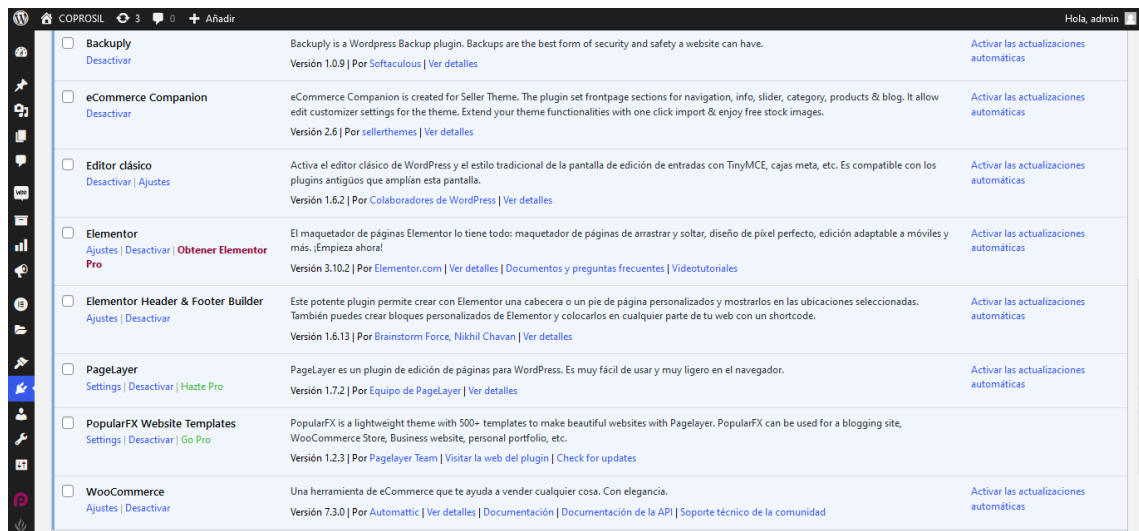


Ilustración 33-5: Plugins instalados

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.2 Creación de menú

Para la construcción del sitio web, se ha empezado por la creación del menú donde están integradas las diferentes páginas, se debe recordar que al momento de elegir una plantilla preestablecida por defecto ya viene incluido un menú, por ende, como editora se ha procedido a editar los nombres y posiciones del menú con las especificaciones requeridas para la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, quedando establecido de la siguiente manera:

Tabla 23-5: Creación de menú

NOMBRE	TIPO DE PÁGINA
Inicio	Principal
Empresa	Página
Áreas de trabajo	Página
Noticias	Página de entradas
Contacto	Página
Tienda	Página de tienda
Carrito	Página del carrito
Finalizar compra	Página de pago

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.3 Edición Inicio

Una vez creado el menú, se procede a editar cada una de las páginas, recordando que, al instalar un plugin de edición al momento de hacer su uso uno como editora tiene que elegir con cual de los instalados se va a proceder en la edición, en el caso de la presente propuesta se ha desarrollado todas las páginas a través del plugin “PageLayer” siendo una herramienta fácil de utilizar.

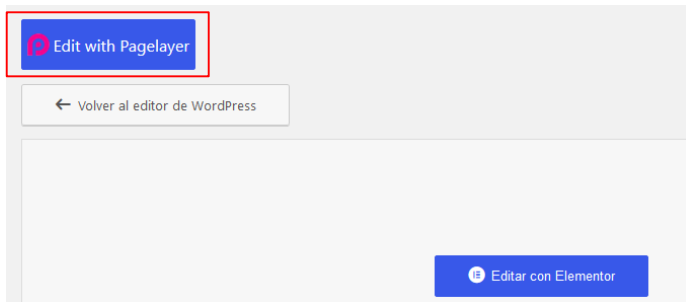


Ilustración 34-5: Plugin de edición

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

En la parte izquierda se desplaza las diferentes herramientas de edición que fueron utilizadas de acuerdo con las preferencias de la organización y propuesta, teniendo como ayuda la opción realizar una visualización previa antes de su publicación, por lo que se fue agregando el contenido de a poco.



Ilustración 35-5: Edición pagelayer Inicio

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.4 Edición Empresa

Para el desarrollo de la página empresa se ha creado un subelemento que corresponde a “Áreas de trabajo” donde refleja la funcionalidad de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo y de la misma manera utilizando el editor Pagelayer se fue agregando el contenido de a poco de acorde a su sección.

De igual forma para mejorar la accesibilidad a WordPress, también se puede editar a través de dispositivos móviles como smartphone o tablet que tengan el sistema Adroid o iOS.

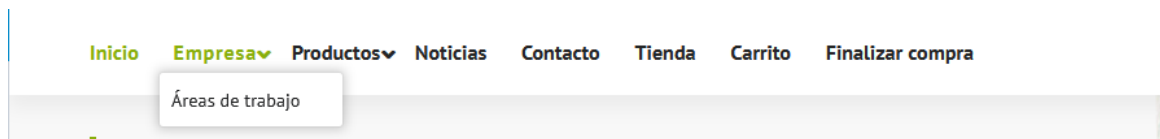


Ilustración 36-5: Entrada página empresa

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023



Ilustración 37-5: Edición pagelayer Empresa

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.5 Edición Productos

En la página de productos lo que se refleja son las diferentes características de presentación, precio y calidad que tienen los mismos, de igual forma se puede encontrar con un subelemento

“Recetas” donde refleja las preparaciones que se puede realizar con los productos ofertantes de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

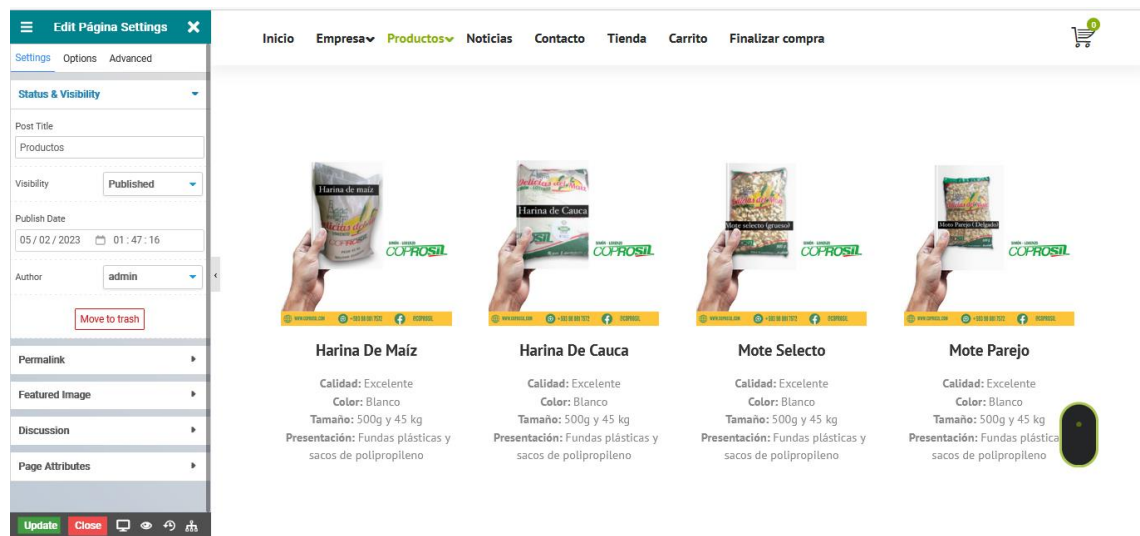


Ilustración 38-5: Edición pagelayer Productos

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023



Ilustración 39-5: Edición pagelayer Recetas

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.6 Edición Noticias

Para la página de noticias se tiene que agregar varias entradas siendo un componente como blog, donde se van ordenando cronológicamente y cada una de ellas son las actividades que ha realizado

la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en el transcurso de su vida empresarial. De este modo despertando el interés de lectura en el público a su vez estando informado de sus acontecimientos.

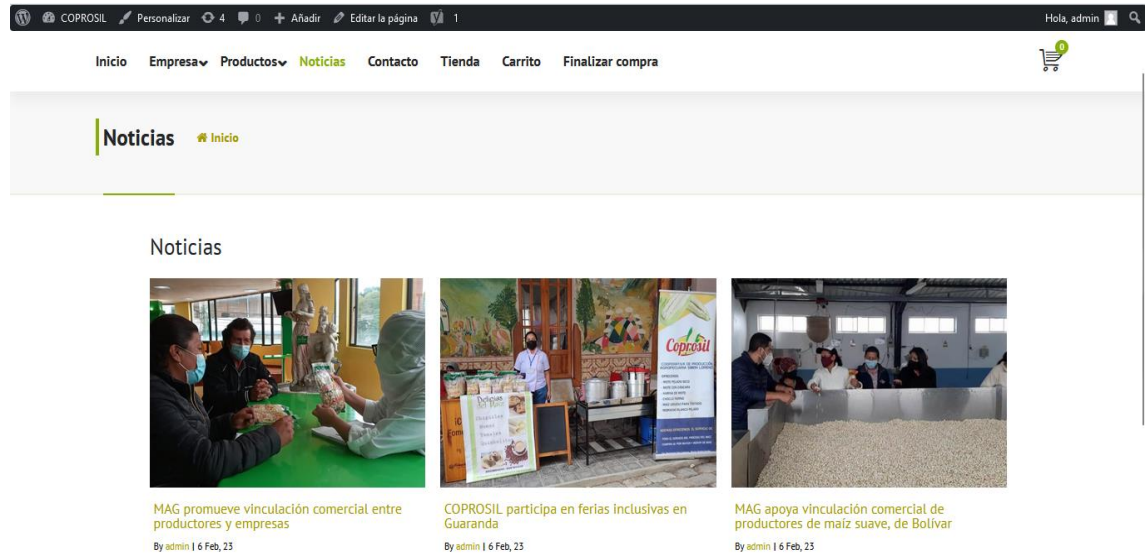


Ilustración 40-5: Edición pagelayer Noticias

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.7 Edición Contacto

La página de contacto ha sido creada como una página que permita redireccionar a la ubicación de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en Google Maps acompañada de un formulario para que las personas lo puedan llenar y enviar sus sugerencias, quejas u otro mensaje de requerimiento.

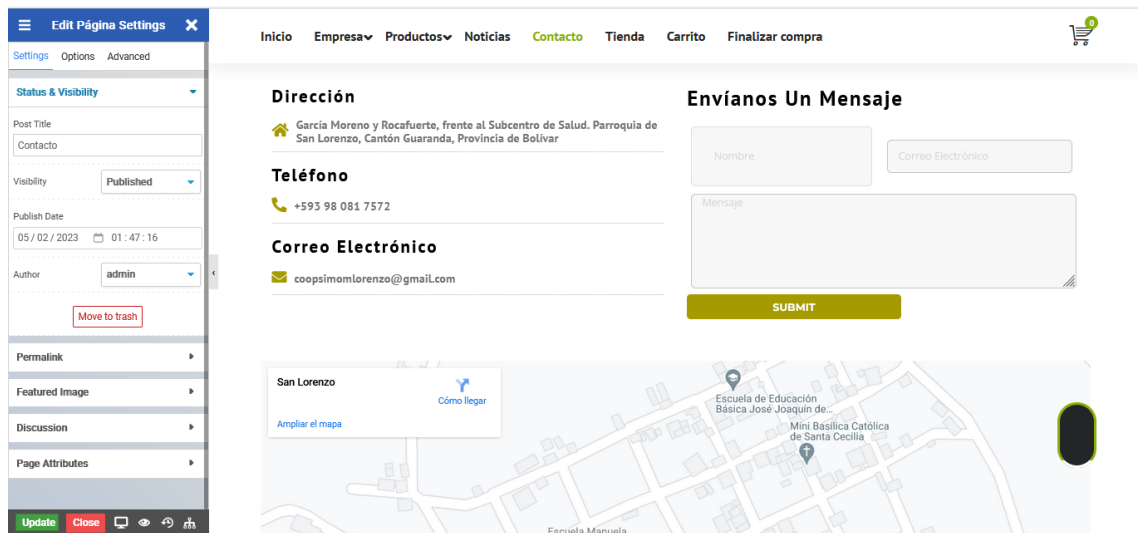


Ilustración 41-5: Edición pagelayer Contacto

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.8 Adecuar a las exigencias de la organización

Las exigencias presentadas por la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo fueron las de agregar un carro de compras para realizar sus ventas de forma online en internet, por lo que para cumplir con sus expectativas se tuvo que instalar un plugin denominado “WooCommerce” donde ofrece las diferentes funciones:

- Catálogo de productos
- Tienda
- Carro de compras
- Inventarios
- Ventas
- Ingresos
- Facturación

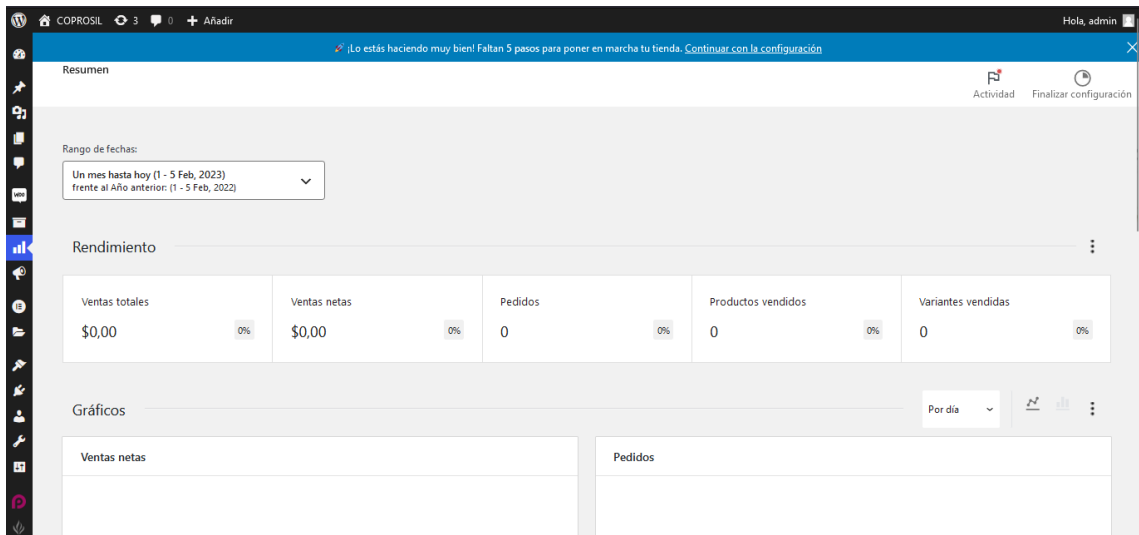


Ilustración 42-5: WooCommerce herramienta de análisis

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.3.9 Agregar productos a la tienda digital

Para agregar los productos a la tienda, me tuvo que desplazar a la parte izquierda de navegación de WordPress a su herramienta “Productos” donde me permitió crear todos los productos que oferta la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, indicando su precio y existencias que tienen, para que de este modo las personas puedan adquirir su compra mediante la plataforma.

Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías	Etiquetas	Fecha
Fréjol canario	SKU11	Hay existencias (100)	\$4,50 \$1,00	Sin categorizar	-	Publicada 05/02/2023 a las 17:27
Mote selecto	SKU11	Hay existencias (100)	\$4,50 \$1,00	PRODUCTOS MAÍZ	-	Publicada 05/02/2023 a las 17:27
Mote parejo	SKU11	Hay existencias (100)	\$4,50 \$1,00	PRODUCTOS MAÍZ	-	Publicada 05/02/2023 a las 17:27
Harina de Cauca	SKU11	Hay existencias (94)	\$4,50 \$1,00	PRODUCTOS MAÍZ	-	Publicada 05/02/2023 a las 17:27
Harina de maíz	50	Hay existencias (99)	\$4,15 \$1,00	PRODUCTOS MAÍZ	-	Publicada 05/02/2023 a las 17:08

Ilustración 43-5: Todos los productos de COPROSIL

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.4 Etapa 4: Publicación e integración

5.10.4.1 Publicación en red

Una vez agregado el contenido de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo y las modificaciones correspondientes a cada apartado se puede publicar el borrador a la red. Donde puede ser visualizado de la siguiente manera:

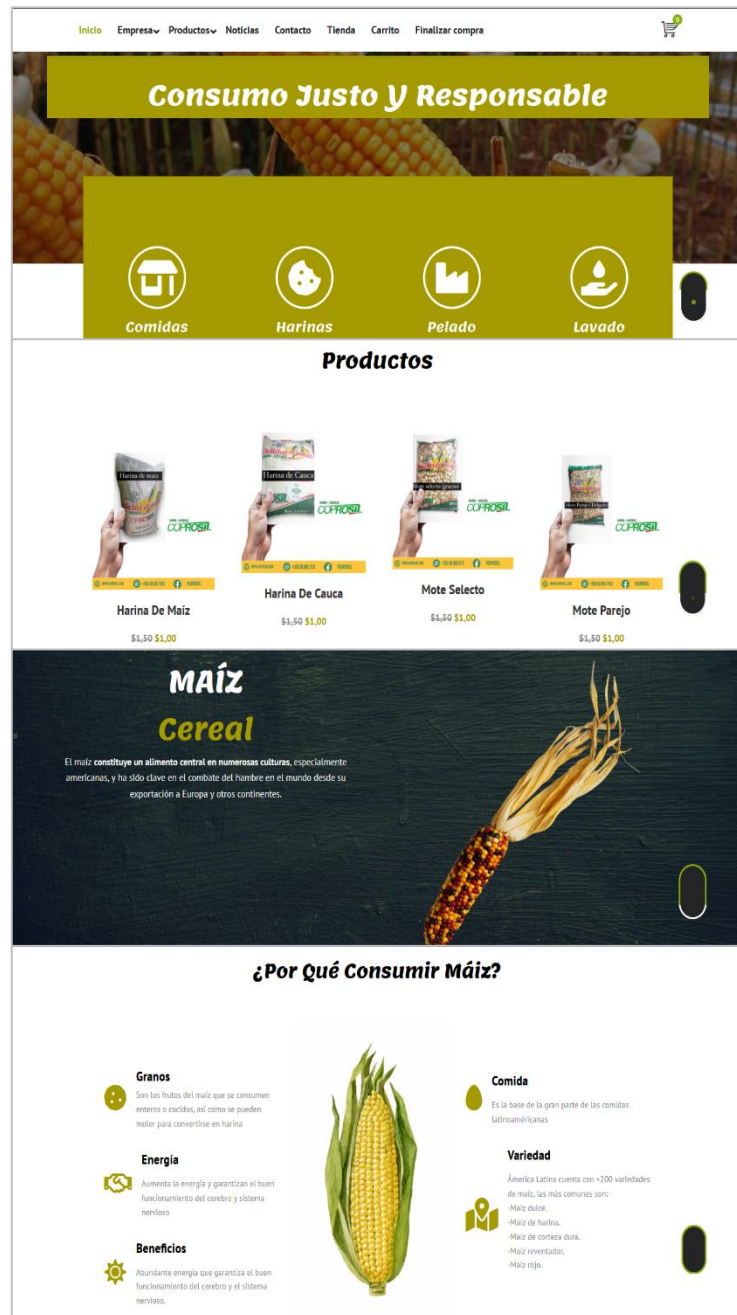


Ilustración 44-5: Página Inicio

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

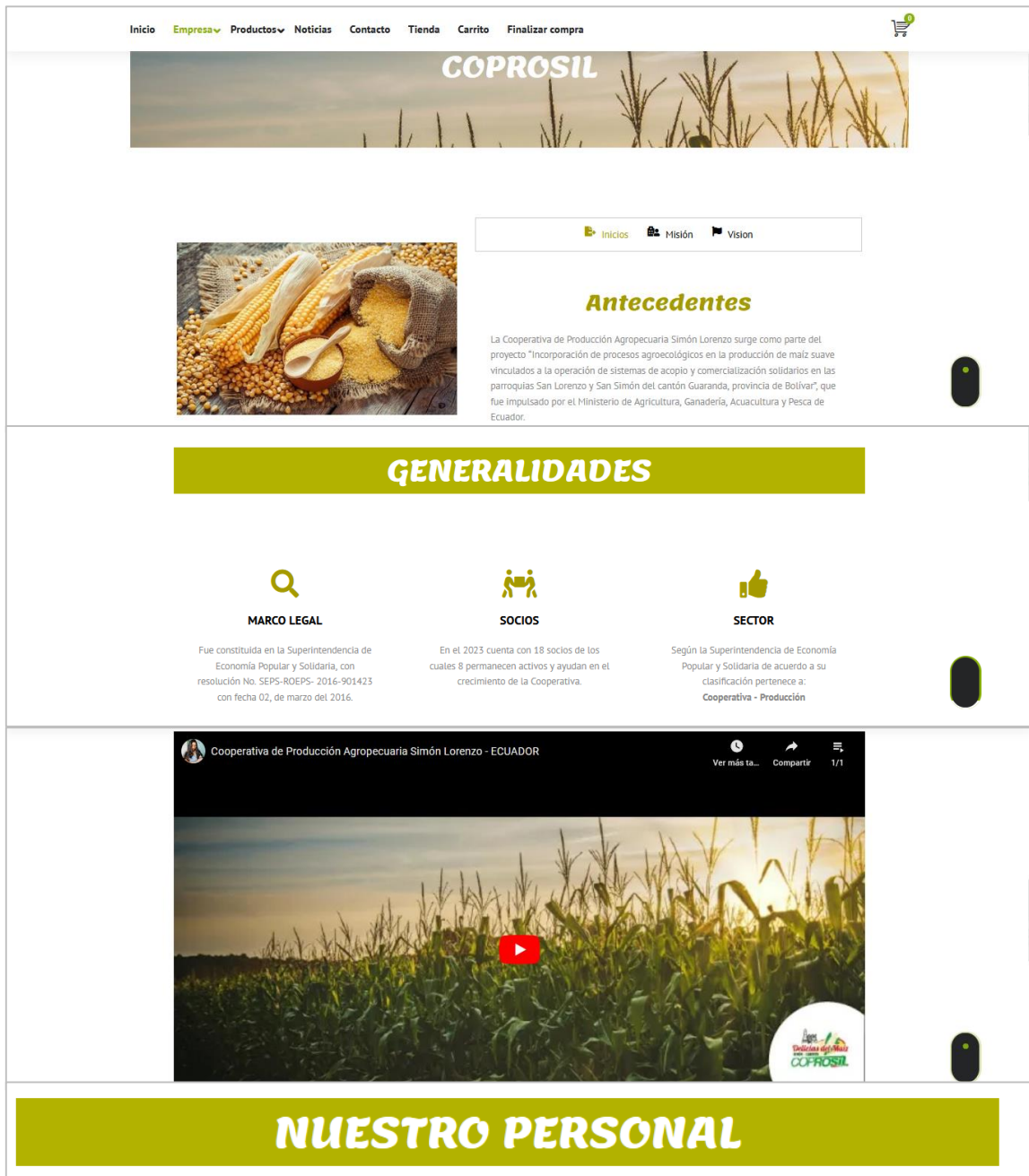


Ilustración 45-5: Página Empresa

Fuente: Wordpress, 2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023



Ilustración 46-5: Página Áreas de Trabajo

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023



Ilustración 47-5: Página Productos

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

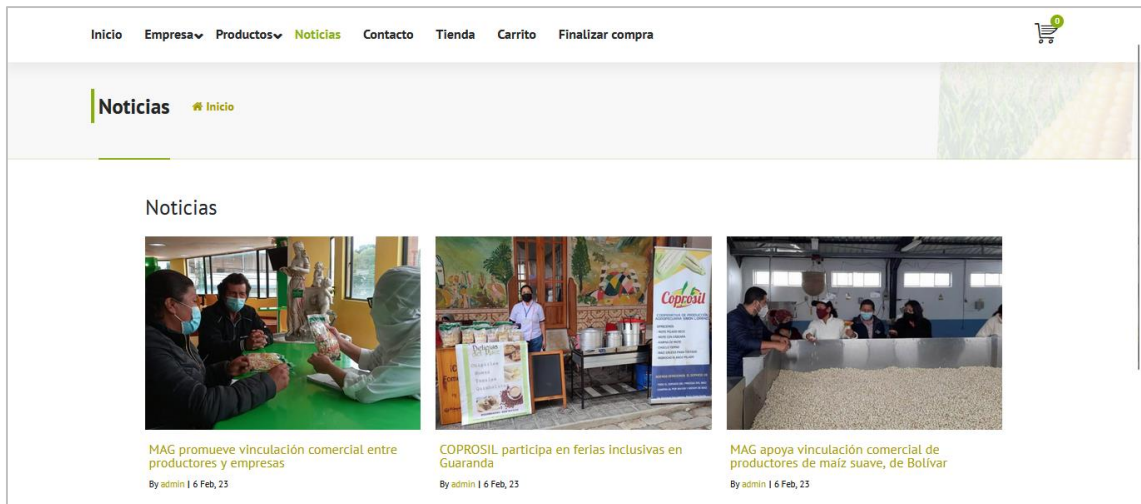


Ilustración 48-5: Página Noticias

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

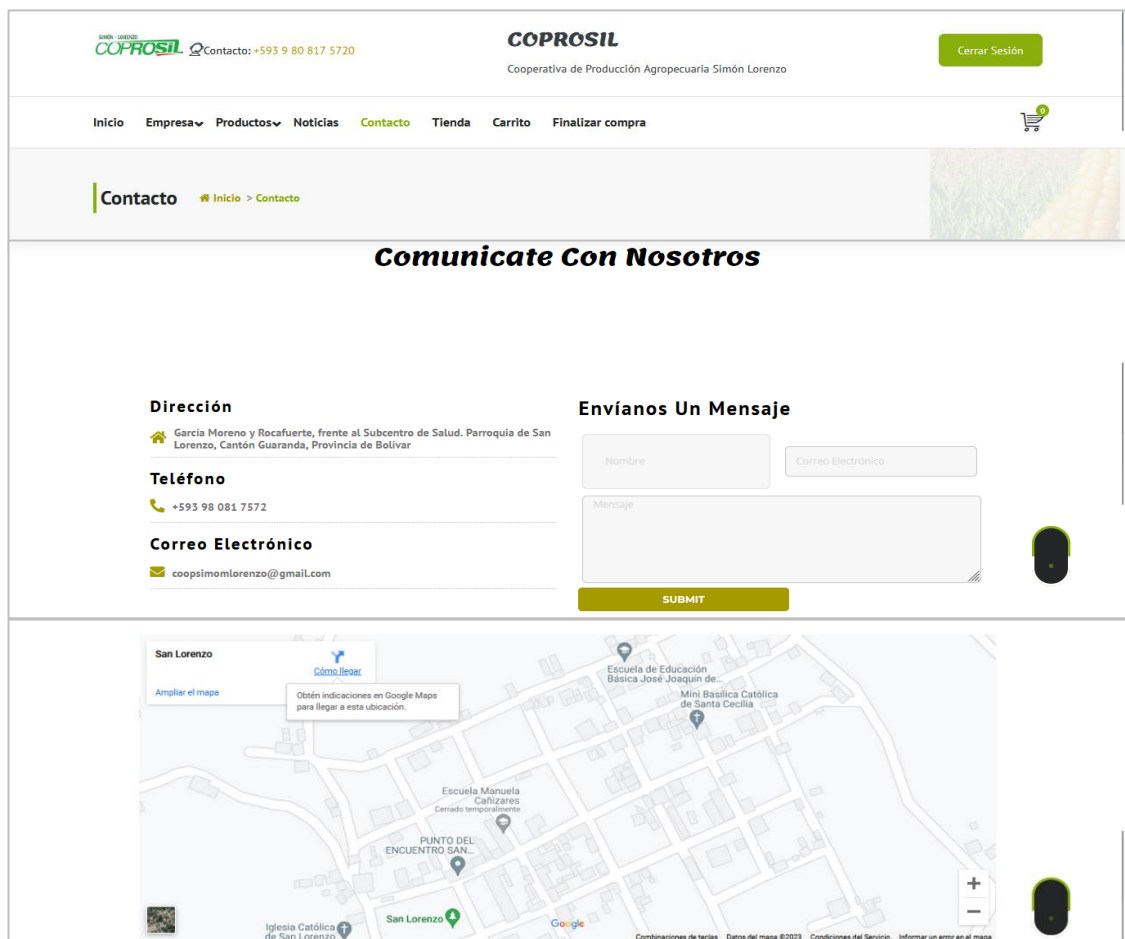


Ilustración 49-5: Página Contacto

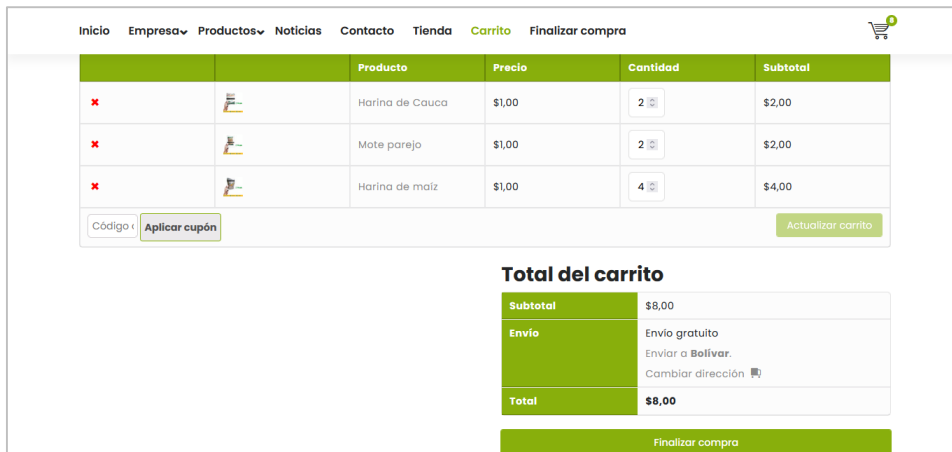
Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.4.2 Verificar funcionamiento

Una vez publicado el sitio web con sus diferentes paginas se dio paso a la verificación de este, a través del siguiente enlace donde se puede visualizar todo el contenido. <https://coprosil.com/> Sin embargo, para verificar el funcionamiento de la tienda se ha simulado una compra siguiendo los pasos a continuación:

- Ir a la página de tienda.
- Elegir los productos a comprar.
- Ir al carrito de compras.
- Editar las cantidades de compra.
- Finalizar compra.



The screenshot shows a shopping cart interface. At the top, there is a navigation menu with links: Inicio, Empresa, Productos, Noticias, Contacto, Tienda, Carrito, and Finalizar compra. A shopping cart icon with a '3' is in the top right. The main area contains a table of items:

	Producto	Precio	Cantidad	Subtotal
✖	Harina de Cauca	\$1,00	2	\$2,00
✖	Mate parejo	\$1,00	2	\$2,00
✖	Harina de maíz	\$1,00	4	\$4,00

Below the table, there is a coupon code field with an 'Aplicar cupón' button and an 'Actualizar carrito' button. To the right, a 'Total del carrito' summary table is shown:

Subtotal	\$8,00
Envío	Envío gratuito Enviar a Bolívar. Cambiar dirección
Total	\$8,00

At the bottom right, there is a 'Finalizar compra' button.

Ilustración 50-5: Funcionamiento de compra

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

- Finalmente se procede a llenar los campos de facturación para que el pedido sea procesado.



The screenshot shows a 'Detalles de facturación' form. It includes fields for Name, Surname, Company Name (optional), Country/Region (set to Ecuador), Street Address (with a sub-field for house number and street name), Apartment (optional), and Population. There is also a checkbox for '¿Enviar a una dirección diferente?' and a text area for 'Notas del pedido (opcional)' with a placeholder: 'Notas sobre tu pedido, por ejemplo, notas especiales para la entrega.'

Ilustración 51-5: Funcionamiento de facturación

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Para verificar el funcionamiento por parte del cliente, se puede observar el pedido generado con los datos registrados anteriormente.

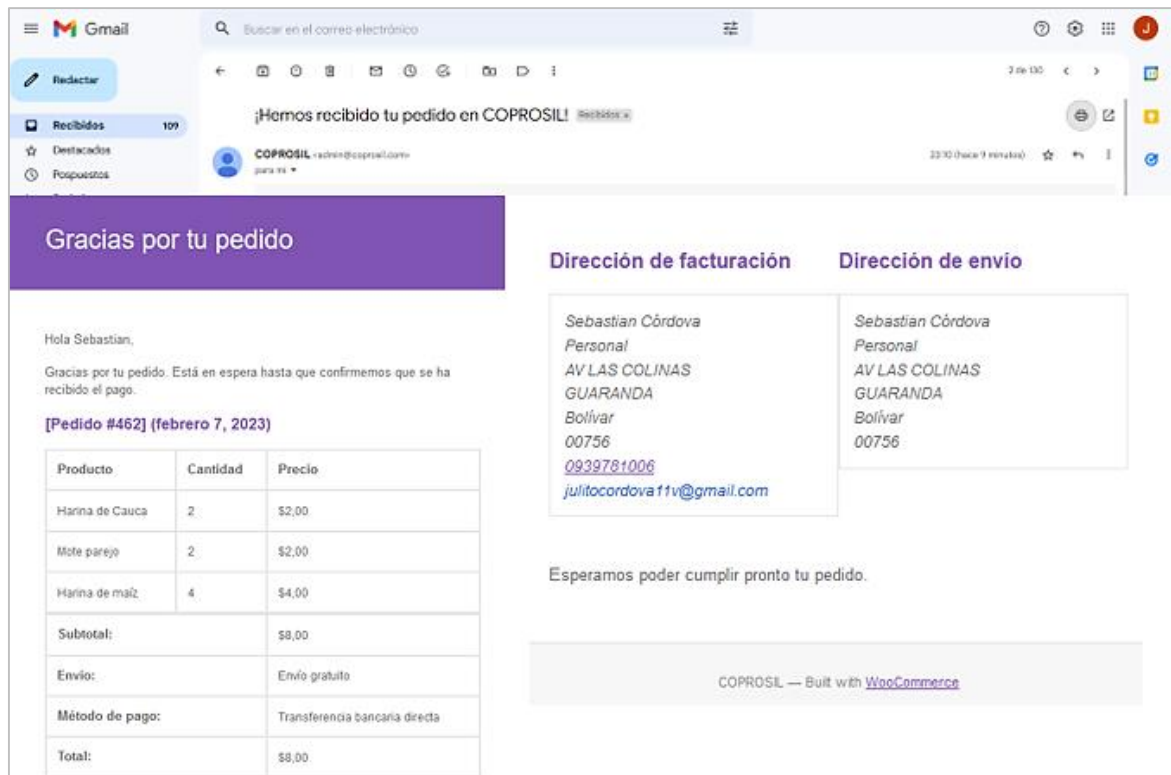


Ilustración 52-5: Correo de pedido realizado

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

Mientras que por parte de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo se puede verificar el orden de compra generada e indicar cómo evoluciona el mismo.

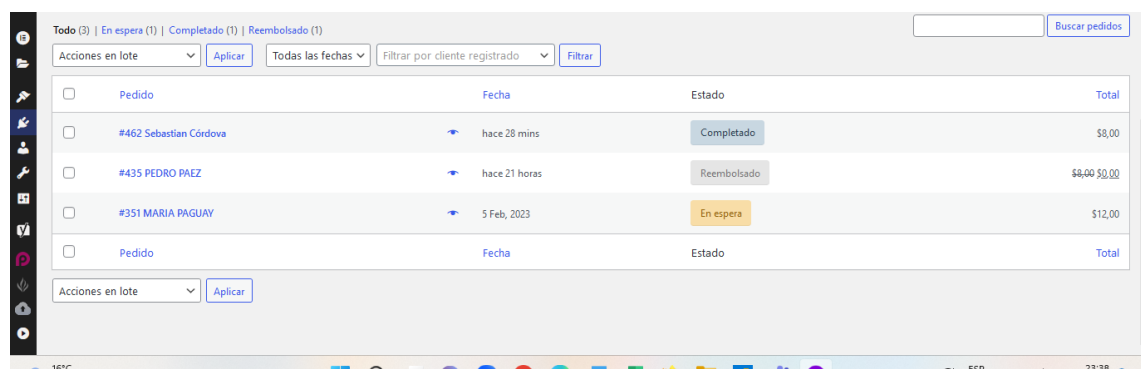


Ilustración 53-5: Orden de pedido

Fuente: Wordpress,2023

Realizado por: Ñacata, Katherine. 2023

5.10.4.3 Corregir inconvenientes en el caso de presentarse

Una vez terminado las pruebas de funcionamiento con el carrito de compras y de visualización para el sitio web con su contenido se puede manifestar que no existió inconveniente alguno por ende se logró concluir con éxito cada una de ellas, sin embargo, en el caso de presentarse en el transcurso del tiempo los socios de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo podrán resolverlos debido a una capacitación que se ha realizado como autora para la organización.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Al consultar los diferentes gestores de contenidos con mayor tendencia, se puede concluir que en el análisis de aplicaciones WordPress tiene mayor aceptación por la diversidad de funciones que posee y a su vez es el más utilizado para el sector empresarial siendo de fácil uso y flexibilidad en ediciones a través de los soportes que posee en plugins y plantillas.
- La condición actual que atraviesa la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo me permitió identificar las falencias que existen enfocadas a la parte tecnológica comercial, es por ello por lo que se ha diseñado un canal de comercialización online a través de WordPress para realizar procesos de compra donde el consumidor pueda realizar sus pedidos desde cualquier lugar y tiempo del mundo, logrando así un mayor alcance de productos y clientes.
- Las tecnologías de información y comunicación son una herramienta de apoyo para las personas y organizaciones por la multiplicidad de funciones que tiene para conectarse y editar, es por ello que las personas deben ser creativos y asertivos cuando sean utilizadas, por parte del sector comercial es evidente que la mayoría de las organizaciones del sector económico popular y solidario no las utilizan, sin embargo, se debe tomar en cuenta que nos encontramos en un mundo globalizado y digitalizado siendo un requisito clave el estar alineados a las nuevas tendencias y no quedarse rezagado con los demás.

6.2 Recomendaciones

- Como el sitio web se encuentra enfocado con el comercio electrónico para realizar el pago de pedidos, se recomienda a la Cooperativa de Producción Agropecuaria pague la versión PRO para que sea utilizada la misma, a su vez tendrá acceso a otras funciones que tiene establecido WordPress.
- Se recomienda a los directivos y socios de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo involucrarse en temas tecnológicos comerciales debido a que es una realidad el proceso de compra online a través de las diferentes plataformas digitales pues estos facilitan el tiempo de venta y aumentan la posibilidad de ser competitivos en el mercado.

Se recomienda a la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo que siga actualizando e incorporando medios que intervengan las tecnologías de información y comunicación de modo que permita adaptarse de manera continua a los cambios y requerimientos del mercado, deben planificar y asignar recursos económicos para desarrollar tanto estrategias comerciales, como para administrar el tema de las tecnologías de información y comunicación y alinearles con los objetivos de la organización

GLOSARIO

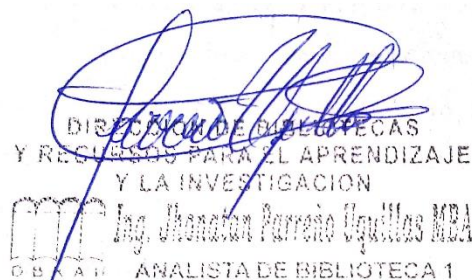
TICS: Las Tecnologías de la Información y la Comunicación por sus siglas, comprenden el conjunto de recursos y soluciones tecnológicas que posibilitan la recopilación, el procesamiento, el almacenamiento y la transmisión de información de todo tipo. (Alvarado, 2022)

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Alvarado, L. (31 de Julio de 2022). *¿Qué son las TIC y cuál es su importancia?* PoliVerso: Recuperado de: <https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/que-son-las-tic>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a ed.). Grupo Editorial Patria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/40513>
- Bassi, R. (2000). *Etapas del Desarrollo de un Sitio Web*. Recuperado de: <https://docplayer.es/5221870-Como-es-el-desarrollo-de-un-sitio-web-por-roxana-bassi-rox-arda-com-ar.html>
- Bustos, G. (21 de Octubre de 2022). *¿Qué es un CMS (sistema de gestión de contenido) y cómo elegir el adecuado?* Recuperado de: <https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-un-cms>
- Carazo, F. (2015). *Domine WordPress Manual Práctico*. RA-MA Editorial. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/59728>
- Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo. (2021). *Reglamento Interno*.
- Cruz, A. (2020). *“Las TIC’S y el rendimiento del sector calzado de la ciudad de Ambato”*. (Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31385/1/T4804ig.pdf>
- Ferry, A. (2018). Introducción al fronted y backend. En *Tecnologías y herramientas para el desarrollo web* (págs. 1-10). Oberta UOC Publishing, SL.
- Gallardo, M. (2019). *Desarrollo de una tienda online de venta de miel mediante el uso de un CMS*. (Tesis de grado, Universidad de Jaén, España). Recuperado de: <https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/14000/1/memoria.pdf>
- García, A., & Duque, J. (2016). El empleo de las TIC en las cooperativas. *Revista Idelcoop*, 1(218), 65-78. Recuperado de: <https://www.idelcoop.org.ar/revista/218/empleo-tic-cooperativas>
- Gutiérrez, D. (2017). *Comercio electrónico: creación y protección de un sitio web*. Ediciones Unaula. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/164536>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/GladysMagalyDeLenGme/herndezsampleri-et-al-metodologa-de-la-investigacin-2014-pp-194267pdf>
- Herrera, M. (2018). *La economía popular y solidaria: el caso ecuatoriano enfocado en el sector financiero cooperativista*. (Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito).

- Recuperado de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6053/1/T2546-MRI-Herrera-La%20economia.pdf>
- Huaire, E. (2019). *Método de investigación. Material de clase*. Academica.org; Recuperado de: <https://www.academica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>
- Jiménez, A. (2021). Proyecto web de un instituto con WordPress. *Mosaic*, 1(194), 22-26.
- Jiménez, M., Acosta, M., Muñoz, D., & García, E. (29 de Junio de 2020). La relación entre el uso de las NTIC en la competitividad en las micro y pequeñas empresas comerciales de Guayaquil. *Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 9(2), 119-137. doi: 10.17993/3ctic.2020.92.119-137
- Lerma, R., Mifsud, E., & Murcia, J. (2013). *Aplicaciones web GM* (2.ª ed.). McGrawHill.
- Loor, A., Lucas, J., & Baduy, A. (2021). "Las TIC'S como estrategias en la gestión comercial de las PYMES manufactureras del cantón Manta". *Journal Business Science*, 2(1), 33-50. Recuperado de: https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/75
- Lozano, B. V., Toro, M. F., & Calderón, D. J. (2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 907-921. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383788>
- Martínez, X. (2019). *Diseño de páginas web WordPress para todo los públicos*. Editorial UOC. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/106387>
- Mata, L. D. (28 de Mayo de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Recuperado de: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2012). *Ley de la Economía Popular y Solidaria*. Recuperado de: https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf
- Montagud, R. N. (7 de Mayo de 2020). *Los 12 tipos de técnicas de investigación: características y funciones*. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/cultura/tipos-tecnicas-investigacion>
- Montegut, S., Cristobal, F., & Gomez, A. (2013). La implementación de las TIC en la gestión de las Cooperativas Agroalimentarias: El caso de la provincia de Lleida. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 110(110), 223-253. https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2013.v110.41442
- Muñoz, V. (2002). *Técnicas de Investigación de Campo I*. Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía. Recuperado de: https://brd.unid.edu.mx/recursos/Metodologia_de_la_Investigacion/MI08/Investigacion_de_campo.pdf?603f00
- Peña, S. (2020). *La efectividad de las TIC'S como herramienta de apoyo para el sector microempresarial farmacéutico de la ciudad de Jipijapa*. (Tesis de grado, Universidad

- Estatad del Sur de Manabí, Manabí, Ecuador). Recuperado de:
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2614/1/TESIS%20SULEIKA.pdf>
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción* (1ª ed.). España: Servicios Académicos Intercontinentales S.L.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *EAN*, 82, 179-200. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- Slusarczyk, M. (2019). *TIC en las pymes* (1ª ed.). Riobamba, Dirección de Publicaciones Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. ISBN: 978-9942-36-960-4
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado de: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Systemanalyse Programmentwicklung. (2017). *Business Intelligence Platform Administrator Guide*. Recuperado de:
https://help.sap.com/doc/ec7df5236fdb101497906a7cb0e91070/4.2.6/en-US/sbo42sp6_bip_admin_en.pdf



DISERCIÓN DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
Y LA INVESTIGACION
Ing. Jhanatan Parroño Ugullas MBA
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA



Facultad de
Administración
de Empresas

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Administración de Empresas

ENCUESTA

OBJETIVO: Utilizar los datos de la presente encuesta para mejorar el uso de los medios digitales que posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

INSTRUCCIONES:

- Marque con una “X” la respuesta de su selección.
- Solo se admite una respuesta por pregunta.

DESARROLLO

1. ¿Conoce el plan de comercialización de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Si (.....)

No (.....)

2. ¿Conoce si la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo tiene medios digitales para dar a conocer sus productos?

Si (.....)

No (.....)

3. ¿Mediante que medios o canales se da a conocer los productos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Personalmente (.....)

Tiendas de barrio (.....)

Ferias inclusivas (.....)

Supermercados (.....)

Propia Cooperativa (.....)

Redes sociales (.....)

Otros _____

4. ¿Cuál es su opinión sobre el manejo de medios digitales en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

- Excelente (.....)
Bueno (.....)
Regular (.....)
Malo (.....)

5. ¿Conoce usted lo que implica una transformación digital?

- Si (.....)
No (.....)

6. ¿Está de acuerdo en implementar una transformación digital en el área comercial en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

- Totalmente de acuerdo (.....)
Neutral (.....)
Poco de acuerdo (.....)
En desacuerdo (.....)

7. ¿Qué le motiva implementar una transformación digital en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

- Mayor alcance de COPROSIL (.....)
Forjar conocimientos digitales (.....)
Mejorar experiencia de clientes (.....)
Incrementar productividad (.....)
Automatización de procesos (.....)

8. ¿Conoce si la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo posee un sitio web?

- Si (.....)
No (.....)

9. ¿Conoce la cultura organizacional de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

- Si (.....)
No (.....)

10. ¿Estaría de acuerdo en implementar un sitio web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo donde refleje su cultura organizacional, productos, entre otros?

- Totalmente de acuerdo (.....)
Neutral (.....)
Poco de acuerdo (.....)

En desacuerdo (.....)

11. ¿Cómo le gustaría que fuese el sitio Web de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Dinámico (.....)

Común (.....)

Extravagante (.....)

Normal (.....)

12. ¿Qué información atractiva considera que debe tener el sitio web?

Recetas con productos (.....)

Procesos de producción (.....)

Currículo de los representantes (.....)

Experiencia de clientes (.....)

Precios (.....)

13. ¿Considera necesario brindar una capacitación sobre temas tecnológicos enfocados al sector empresarial en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

Si (.....)

No (.....)

14. ¿Cada que tiempo considera necesario que la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, brinde una capacitación sobre temas tecnológicos empresariales?

Cada mes (.....)

Cada 3 meses (.....)

Cada 6 meses (.....)

Cada año (.....)

ANEXO B: MODELO DE ENTREVISTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENTREVISTA

OBJETIVO: Utilizar los datos de la presente entrevista para mejorar el uso de los medios digitales que posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo.

MEDIOS DIGITALES

1. ¿Cuáles son los medios digitales que posee la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

2. ¿Cómo considera que los medios digitales fortalecerán la comercialización en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

3. ¿Cuál sería el medio digital más adecuado para socializar los productos de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS)

4. Desde su punto de vista, ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del uso de las TICS en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

5. ¿La Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo posee un capital de inversión para aspectos tecnológicos?

6. ¿Qué gastos ha realizado la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo en aspectos tecnológicos?

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

7. ¿Conoce la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo lo que implica una transformación digital?

8. En base a las nuevas tendencias y cambios que vive el mundo, ¿Está de acuerdo que se realice una transformación digital en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo?

SOCIOS

9. ¿Cómo es la participación de los socios en la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo? ¿Por qué?

10. ¿Los socios poseen habilidades para el manejo de las TICS?

11. ¿Considera necesario que los socios de la Cooperativa de Producción Agropecuaria Simón Lorenzo, reciban una capacitación sobre el uso y funcionamiento de las TICS para fortalecer la comercialización?

ANEXO C: EVIDENCIA DE FOTOGRAFÍAS



Ilustración 54-6: Recorrido a las instalaciones de COPROSIL

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023



Ilustración 55-6: Aplicación de encuestas

Realizado por: Nacata, Katherine. 2023



epoch

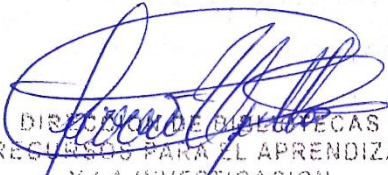

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 07 / 08 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: KATHERINE ESTEFANÍA ÑACATA CÓRDOVA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.


DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
Y LA INVESTIGACION
 Ing. Jhonatan Parreño Uquillas MBA
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

1553-DBRA-UPT-2023