



**FACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA  
HERRAMIENTA GESTION DEL CONOCIMIENTO DEL SGIT EN  
UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE  
ELECTRODOMÉSTICOS EN EL ÁREA DE VENTAS EN  
ASUNCIÓN-2024.**

**Jessica Montserrat Enciso Avalos**

**Tutor: Mag. Liza Mabel Villalba Medina**

Proyecto de Tesis presentada en Facultad de Gestión de la Universidad Integración de las Américas como requisito parcial para obtención del título de Ingeniero Comercial

Asunción, Paraguay

2024



**Resumen**

El análisis de factibilidad de la implementación de la herramienta gestión del conocimiento del SGIT en una empresa comercializadora de electrodomésticos, estudio de caso en el área de ventas periodo Asunción 2024. Enfocada en que permita asignar y gestionar eficientemente los recursos y capacidades necesarios para impulsar la innovación, con el propósito de fortalecerse en el mercado de electrodomésticos.

El estudio es no experimental, cuantitativa y descriptiva-explicativa. Se recolectarán datos a través de encuestas en línea. La población es 57 trabajadores, la muestra de 50 trabajadores, considerando un nivel de confianza del 95% y 5% de error.

El problema busca identificar los factores de éxito para implementar la herramienta (GK) en el área de ventas. La (GK) maximiza la utilización el uso del conocimiento existente dentro de una organización, a fin de mejorar su capacidad para resolver problemas, dinamizar sus procesos, fomentar la innovación y aumentar su ventaja competitiva.

Las preguntas de investigación abordan el porcentaje de aceptación del personal hacia la herramienta SGIT, el ajuste de la estrategia de innovación tecnológica a las necesidades del área de ventas, y en cuanto el personal percibe la necesidad de capacitación para fomentar una cultura organizacional.

El objetivo general es analizar los factores de éxito para la factibilidad de implementar una SGIT en una empresa comercializadora de electrodomesticos en Asunción durante 2024. Incorpora los objetivos específicos evaluar la aceptación del personal hacia la SGIT, analizar las estrategias factibles de innovación tecnológica según las necesidades del área de ventas, y describir la percepción del personal sobre la necesidad de capacitación para fomentar una cultura organizacional.

Finalmente, se realizará un análisis y triangulación de los datos para identificar temas, patrones y relación entre las variables.

*Palabras clave:* Herramienta Gestión del conocimiento, SGIT, Empresa, Implementación, Innovación

