



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

**LA ECONOMÍA DIGITAL EN TIEMPOS DE COVID 19. ANÁLISIS EN
LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA.**

**SANCHO JUMBO ROVER ANDRES
ECONOMISTA**

**BONILLA SOLORZANO MIGUEL ANGEL
ECONOMISTA**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

**LA ECONOMÍA DIGITAL EN TIEMPOS DE COVID 19.
ANÁLISIS EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA.**

**SANCHO JUMBO ROVER ANDRES
ECONOMISTA**

**BONILLA SOLORZANO MIGUEL ANGEL
ECONOMISTA**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

ANÁLISIS DE CASOS

**LA ECONOMÍA DIGITAL EN TIEMPOS DE COVID 19.
ANÁLISIS EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA.**

**SANCHO JUMBO ROVER ANDRES
ECONOMISTA**

**BONILLA SOLORZANO MIGUEL ANGEL
ECONOMISTA**

SOTOMAYOR PEREIRA JORGE GUIDO

**MACHALA
2021**

CERTIFICADO: ANTIPLAGIO

LA ECONOMÍA DIGITAL EN TIEMPOS DE COVID 19. ANÁLISIS EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA.

ECONOMÍA DIGITAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

esposendensesnaribeiraounomundo.ning.com

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS

Trabajo del estudiante

1%

3

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

documents.mx

Fuente de Internet

1%

5

www.jica.org.ar

Fuente de Internet

<1%

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

Los que suscriben, SANCHO JUMBO ROVER ANDRES y BONILLA SOLORZANO MIGUEL ANGEL, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado LA ECONOMÍA DIGITAL EN TIEMPOS DE COVID 19. ANÁLISIS EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MACHALA., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

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

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

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

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



SANCHO JUMBO ROVER ANDRES
0705921955



BONILLA SOLORZANO MIGUEL ANGEL
0705456671

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas son fundamentales para dinamizar la economía en cualquier lugar, por tal motivo resultan realmente importantes en el sector de la economía sobre todo local, su participación en el mercado actual depende de la capacidad que éstas tienen para adaptarse al entorno actual. Dado el avance tecnológico actual, las TICs y el internet son la fuerza motriz de la ED. La incorporación de la economía digital por parte de las Pymes radica en la importancia que ésta tiene en la actualidad gracias a que constituye una herramienta para promover el crecimiento económico, por consiguiente, contribuyen a la innovación, impulsa la competitividad, eleva la productividad, pero por encima de todo insta a las empresas a adaptarse al entorno actual, y así no quedarse rezagadas. Por consiguiente, el objetivo de la presente investigación es de conocer y analizar el impacto económico-social de la economía digital en las Pymes de la ciudad de Machala, mediante la aplicación de un análisis de caso, en el cual se pretende estudiar la relación entre las pymes de la ciudad de Machala y la economía digital.

Palabras claves: economía digital; pymes; Tics;

SUMMARY

Small and medium-sized enterprises are essential to boost the economy anywhere, for this reason they are really important in the sector of the economy especially local, their participation in the current market depends on the ability they have to adapt to the current environment. Given the current technological advancement, ICTs and the internet are the driving force of the digital economy. The incorporation of the digital economy by SMEs lies in the importance that it has today thanks to the fact that it is an incredible tool to promote economic growth, since they contribute to innovation, boost competitiveness, raise productivity, but above all generate new jobs. In this way, the objective of this research is to know and analyze the economic-social impact of the digital economy on SMEs in the city of Machala, through the application of a caso analysis, in which it is intended to study the relationship between SMEs in the city of Machala and the digital economy.

Keywords: digital economy; SMEs; Tics;

INDICE	
RESUMEN	1
SUMMARY	2
INDICE	3
CAPITULO I.	4
DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	4
1.1. INTRODUCCIÓN	4
1.2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA, PRÁCTICA Y METODOLÓGICA	6
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN: GENERAL Y ESPECÍFICOS	8
1.5. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	8
1.6. MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL	11
CAPITULO II.	18
METODOLOGÍA	18
2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	18
2.2 ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN	19
2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	19
2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	20
2.5 POBLACIÓN	20
2.6 MUESTRA	21
CAPÍTULO III	22
ANÁLISIS DE CASO	22
3.1 DESCRIPCIÓN	22
3.2 ANÁLISIS, SITUACIÓN Y RESEÑA DEL SECTOR, EMPRESA, ENTORNO, OBJETO DE ESTUDIO.	23
3.3 ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA	27
3.4 DISEÑO, ALCANCE Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	29
3.5 SELECCIÓN DE ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	31
3.6 POSIBLES RESULTADOS OBTENIDOS	32
CAPITULO IV	35
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35
DISCUSIÓN	35
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXOS	44

CAPITULO I.

DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. INTRODUCCIÓN

En las condiciones de la economía digital y la integración en el espacio internacional, la gestión de los procesos comerciales y la formación de secuencias de planificación razonables se han vuelto cada vez más importantes para las empresas que se dedican a actividades comerciales.

Según (Spivakovskyy et al., 2021) “no se debe olvidar que los procesos de digitalización, que son inevitables en su desarrollo, conducen a cambios positivos en el funcionamiento de todas las unidades sin excepción”.

Por otro lado, el uso de tales métodos puede tener efectos negativos. Los efectos destructivos de la digitalización en varios sistemas sociales están relacionados principalmente con la urgencia de mejorar la seguridad de la información social, adoptar nuevas medidas para proteger la seguridad de los datos personales y corporativos y garantizar la seguridad económica general del país.

Por lo tanto, bajo la influencia de la digitalización gradual, la transformación de métodos y herramientas es fundamental para garantizar el conocimiento y la seguridad económica del país, porque esta protección también está directamente relacionada con el desarrollo sostenible de la tecnología moderna. La primera son las entidades comerciales.

Dice (Miśkiewicz, 2018) que “la tendencia global de la economía mundial actual es la formación y el rápido desarrollo de la economía digital, que se caracteriza por la implementación

integral y aplicación de las nuevas tecnologías de la información en todos los ámbitos de la vida económica sin excepción”.

Las empresas, en el marco de la actualidad, se encuentran en escenarios complejos, evidenciando la crisis actual, el cual afecta de varias formas a todas las secciones de la economía y sobre todo al comercio local y en su efecto a las Pymes, dificultando la reactivación económica del sector, por ésta razón nos deja percibir la importancia que según él (Gobierno de la república del ECUADOR, 2021) “la economía digital y el uso de las TICs y su aporte en el desarrollo de nuevas competencias a las Pymes, buscan de ésta manera dinamizar el sector comercial adaptándose a las necesidades y optando por dar facilidades a los diversos consumidores y así mismo reduciendo costos”.

Las pequeñas y medianas empresas son fundamentales para dinamizar la economía en cualquier lugar, por tal motivo resultan realmente importantes en el sector de la economía sobre todo local, su participación en el mercado actual depende de la capacidad que éstas tienen para adaptarse al entorno actual. Dado el avance tecnológico actual las TICs y el internet son la fuerza motriz de la economía digital.

Menciona (Metelenko et al., 2021) que, “Una economía en red es un entorno en el que cualquier empresa o individuo en cualquier situación económica, el sistema puede contactar con un costo mínimo con cualquier otra empresa o individuo sobre trabajo en equipo, comercio, intercambio de ideas, o simplemente por diversión”.

La incorporación de la economía digital por parte de las Pymes radica en la importancia que ésta tiene en la actualidad gracias a que constituye una herramienta increíble para promover el

crecimiento económico, dado que contribuyen a la innovación, impulsa la competitividad, eleva la productividad, pero por encima de todo genera nuevas plazas de trabajo.

El coetáneo trabajo de titulación tiene como objetivo analizar el impacto económico-social de la economía digital en las Pymes de la ciudad de Machala, mediante la aplicación de un análisis de caso, dado que la comercialización electrónica y digital se ha convertido en el día a día de los consumidores actuales, reflejando aún las condiciones impuestas por la actual pandemia.

En el mercado actual las empresas que mayor beneficio gozan de la economía digital son las micro y pequeñas empresas que aprovechan el avance tecnológico y utilizan este medio para ofertar sus productos y así de esta manera posicionarse en el mercado global.

1.2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA, PRÁCTICA Y METODOLÓGICA

El presente proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Machala donde se analizará el impacto de la economía digital en las pymes de la ciudad. El desarrollo social y económico de las últimas décadas ha generado cambios significativos en las empresas. Las empresas en la actualidad, consideran importante el accionar en las redes sociales, ya que a través de ellas se permite la conexión directa con los consumidores y proveedores.

En ese contexto, las empresas consideran una gran ventaja adaptarse al entorno tecnológico, ya que, debido a la pandemia actual, muchas empresas han tenido que cerrar sus actividades, por lo que incurren en altos costos de arriendo, en consecuencia, han optado por trasladar sus modelos de negocio a la internet, promocionando sus productos y servicios de manera digital.

Así mismo, a nivel de marketing, las empresas pueden optar por diferentes tipos de publicidad, inmersas en distintos sitios web, ya sean redes sociales o páginas de navegación, lo que les permite llegar de manera globalizada a distintos clientes, abarcando un mercado más extenso.

Machala es una ciudad productiva, que va creciendo en la parte económica, productiva y así mismo se está digitalizando para mantenerse activa y no quedarse rezagada. Se necesita saber más a fondo sobre qué es la economía digital para ello indagamos artículos científicos donde se hable del tema.

Reforzando esta investigación se tendría que realizar un análisis de campo para ello contaremos con un cuestionario de preguntas claves, de ella sacaremos información sobre cuál es el impacto económico-social de la economía digital y así mismo de qué manera están influyendo en la capacidad productiva de las pymes de la ciudad de Machala

De esta manera el objeto de la presente investigación es de conocer y analizar el impacto económico-social de la economía digital en las Pymes de la ciudad de Machala, mediante la aplicación de un análisis de caso.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el impacto económico-social de la economía digital en las pymes de la ciudad de Machala?
- ¿Cuál es el nivel de influencia de la economía digital en las Pymes?
- ¿Cuáles son las estrategias de la economía digital implementadas por las Pymes para optimizar sus procesos?

- ¿De qué manera la economía digital y las TICs están influyendo en la capacidad productiva de las Pymes de la ciudad de Machala?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN: GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General: Determinar el impacto económico-social de la economía digital en las pymes de la ciudad de Machala

Objetivos Específicos:

- Reconocer el nivel de influencia de la economía digital en las Pymes
- Identificar cuáles son las estrategias de la economía digital implementadas por las Pymes para optimizar sus procesos.
- Analizar de qué manera la economía digital y las TICs están influyendo en la capacidad productiva de las Pymes de la ciudad de Machala.

1.5. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

En el marco de la actualidad se puede evidenciar el notable avance tecnológico en todos los sectores de la sociedad, dando consigo un cambio sustancial en la manera en la que se desarrollan diversas actividades, tanto en el área de la cotidianidad como en lo empresarial.

Como señala (Marín, 2010)“la convergencia tecnológica propiciada por la llamada Revolución Digital constituye un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana”.

En este conjunto de nuevas tecnologías propiciadas por la modernidad, está el dinero electrónico, el cual para (Valencia & Others, 2015) “es el valor real expresado a través de la moneda de curso legal del país, que se permuta a través de dispositivos tecnológicos ya sean estos dispositivos electrónicos, teléfonos móviles, tarjetas de débito, etc.”.

El surgimiento de la era digital, y con ella las nuevas tecnologías, ha creado un auge tecnológico sin precedentes. La aportación de las nuevas tecnologías marcará la producción y la comunicación de nuestro tiempo a escala mundial, lo que se conoce como revolución digital.

“En el contexto de esta nueva era digital, se puede apreciar cómo la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determina nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos”(Marín, 2010).

Tal es el caso del comercio electrónico o negocios electrónicos, (Grandón et al., 2019) mencionan que son las aplicaciones de las TICs en concordancia con las actividades empresariales, con el objetivo de optimizar y perfeccionar las operaciones de las empresas y organizaciones utilizando las tecnologías de la información basados en internet optando por llevar los negocios interna y externamente.

“El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) dentro de la economía del conocimiento está generando importantes transformaciones en la economía actual y nuevas expectativas de desarrollo”(Lera López et al., 2003).

De acuerdo a (Murillo, 2009) señala que el comercio electrónico va más allá de comprar y vender bienes y servicios a través de Internet, sino que engloba una perspectiva más amplia consistiendo en disponer de una relación directa no sólo de compraventa sino también

negociación con proveedores, inversores, competidores o cualquier otra persona o grupo involucrado.

“Las condiciones presentes del mercado requieren que las empresas opten por nuevos modelos de negocios o a su vez bajo los factores que incrementen la productividad como la innovación tecnológica, adopción del e-commerce, entre otras herramientas del marketing digital”(Mogollón & Sáenz, 2021).

En concordancia (López-Bonilla et al., 2015) nos indican que existe una estrecha conexión entre las TICs (tecnologías de la información y comunicación) y el marketing digital dado que al existir la tecnología como herramienta permite posicionar o vender un producto mediante la utilización del internet, es decir, por todos los medios digitales ya sean estas páginas web, redes sociales, etc.

Así de esta manera se puede evidenciar que las empresas actualmente se desarrollan en un entorno complejo, donde la ED tiene cada vez mayor presencia en todos los ámbitos, haciendo énfasis en el sector empresarial, por ende, las empresas, deben implementar y adecuar sus modelos de negocios entorno a la digitalización, considerando la relevancia que ésta tiene en la actualidad.

De esta manera como lo menciona (Nueno, 2009) los emprendedores como agentes creadores de nuevas empresas tienen menor potencial de crecimiento y desarrollo si no gestionan una adecuada información, evidenciando la importancia de la inserción de la digitalización en sus comercios enfocadas hacia la competitividad de Pymes que incluya una gestión digital de las relaciones con el cliente.

En concordancia con lo anteriormente expuesto, queda en evidencia la importancia de las pymes como lo menciona (Saavedra G. & Hernández C., 2008) “la aportación cuantitativa de las MIPYMES en las economías nacionales consiste en el importante papel que juega en la generación de empleo”. Por lo que refleja que, dada la suma importancia de las pymes, es imprescindible que éstas opten por modernizar sus modelos de negocios, con el objetivo de permanecer vigentes en el mercado actual.

1.6. MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL

La economía es una ciencia que estudia cómo las familias, empresas y gobiernos organizan y disponen de recursos escasos para así poder solventar sus necesidades y lograr obtener un mayor beneficio.

La era digital en la que estamos viviendo en la actualidad supone un cambio en lo tradicional hasta ahora, partiendo desde los avances de la tecnología y la digitalización, lo cual implica nuevas necesidades por satisfacer así mismo de los hogares, empresas y gobiernos.

Como lo plantea (Mogollón & Sáenz, 2021) las organizaciones y especialmente los países deben hoy en día enfrentar nuevos desafíos para dar respuesta a un sinnúmero de necesidades de la sociedad en un entorno globalizado y transversal. Este proceso se ve inmerso en gran medida acorde al uso de la tecnología por parte de los diversos países, dado que todos manejan diversos niveles de la misma.

(Katz et al., 2016) mencionan que “un aumento de 10% en el índice de digitalización genera un incremento de 0.75 % en el PIB per cápita para una muestra de 150 países y 2.42% en el

PIB de los países de la OCDE”. Lo cual nos indica que el incremento de la digitalización impulsa el crecimiento del ecosistema digital originado por un impacto del crecimiento económico.

Esta revolución tecnológica y el aumento y aparición de nuevos mercados en el que se interrelacionan diferentes agentes económicos como consumidores, empresas, los gobiernos o estados de cada país, esto genera un impacto económico que a su vez incrementa un impacto en el uso de las Tics.

Como lo afirma (Zamora, s. f.) “Los nuevos competidores basados en plataformas están transformando la economía con nuevos líderes, industrias multidimensionales y valoraciones bursátiles impulsadas por el desarrollo digital”.

Por consiguiente, la transformación digital cada vez toma una mayor relevancia, en la actualidad y debido a la presente pandemia la estructura de las organizaciones y los mercados se ha ido cambiando, así también el mercado laboral en relación con el teletrabajo y los nuevos empleos que determinan ciertas habilidades y competencias requeridas para responder a estos empleos.

En concordancia, lo como menciona (Romero Luna, 2006), “las PYME desempeñan un papel relevante tanto en las economías desarrolladas como en los países en desarrollo”.

Por consiguiente, es importante que las empresas le den mayor relevancia a la ED, dado que la población de interés, ya sean clientes o proveedores, consideran y se establecen en el marco de lo digital, en ese sentido, en consecuencia, las empresas no pueden dejar de lado a la población que prefiere los medios electrónicos para realizar compras de todo tipo.

De esta manera como lo plantea (Pozos et al., 2016) “Si las Pymes quieren mantenerse, crecer y desarrollarse en un entorno mundial y dinámico tienen que plantear estrategias que les permitan alcanzar su desarrollo empresarial”. Por lo tanto, es imprescindible replantear sus estrategias, en miras a los avances tecnológicos actuales.

La tecnología ha transformado la forma en que se hacen los negocios y en que se piensan los negocios; por una parte, la gestión de productos y clientes se realiza casi por completo a través de tecnología. La economía digital ha abierto la posibilidad de crear nuevas fuentes de ingreso basadas completamente en recursos tecnológicos (Mogollón & Sáenz, 2021).

La telefonía móvil, se puede considerar como uno de los avances tecnológicos más importantes, también se considera un aspecto importante en la adopción del avance del comercio electrónico de clientes que tienen la oportunidad de conectar con las empresas y negocios que desarrollan un marketing digital en sus ventas y ven allí oportunidades interesantes en la experiencia del cliente.

En ese sentido las tarjetas de crédito o débito también juegan un papel fundamental, dado que muchos de los consumidores, optan por la comodidad y deciden realizar comprar a través de los diversos sitios webs o siendo el caso, en las aplicaciones de las empresas, lo que determina que éstas deben optimizar sus recursos tecnológicos para brindar la mejor experiencia al consumidor en términos de precios, características y catálogo de los productos.

Narra (Rusak et al., 2021) que “Teóricamente, la economía digital (DE) es el núcleo del moderno sistema económico en red y, en la práctica, un sector en crecimiento de las economías nacionales y mundiales”.

“La economía digital está inextricablemente ligada a su base económica como resultado de la economía tradicional y los recursos de datos, un fuerte crecimiento económico puede tener un impacto directo en el desarrollo de la infraestructura digital”(Gaziz et al., 2020).

Por tanto, la economía digital es en esencia una fusión de la vieja economía y la tecnología de Internet, está influenciada por una extensa gama de recursos al se favorece de un elevado grado de infraestructura de la información.

Como menciona (Zhang et al., 2020) que son “Desarrollo económico, estructura industrial, nivel de capital humano, capacidad de innovación, infraestructura de la información y utilización de la información”.

“La Economía Digital trae consigo numerosas promesas y oportunidades ilimitadas para la creación de riqueza y desarrollo social. A la vez, implica peligro potencial – para aquellos individuos, empresas o sociedades que se queden atrás, el castigo puede ser inclemente” relata (Tapscott & Osorio, 1997).

“El desarrollo de una economía digital tendría un efecto impulsor sobre el desarrollo de una economía regional, pero el desarrollo de la economía digital traería consigo una enorme brecha digital”(Jiao & Sun, 2021).

Actualmente, se puede decir que la nueva economía o economía digital, está basada en la tecnología de la información y las comunicaciones, especialmente el internet, está y seguirá transformándose en el futuro. Los procedimientos de las empresas y la competencia entre ellas son un sector importante de la economía, dentro de esto se incluyen los bienes y servicios, la

producción y venta, todos estos factores dependen en gran medida de la tecnología empleada por las empresas.

Menciona (Williams, 2021) que “La economía digital se favorece de un elevado grado de infraestructura de la información es decir la intensidad se refleja en el nivel de la infraestructura de la información, lo que demuestra su potencial de desarrollo futuro”.

“La información digital tiene el potencial de aumentar significativamente la popularidad de la tecnología digital, lo que, a su vez, impulsará el crecimiento de la economía digital”(Wang et al., 2022).

En la ED, las empresas generan valor a través de la distribución de información, acerca de sus productos o servicios, lo que se traduce en un ambiente laboral más eficiente, aumentando consigo la productividad de la empresa.

“Las Pymes son la columna vertebral de las economías nacionales. Aportan producción y empleo, garantizan una demanda sostenida, motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio”(Cleri, 2013).

Las ciudades del Ecuador, poseen un acelerado incremento y desarrollo en lo concerniente a las Pymes; no obstante estas tienen que confrontar la competencia de monumentales empresarios con poder económico que provienen de ciudades grandes, quienes se diferencian por su elevado grado de productividad el cual es alcanzado por la adecuada aplicación de la gestión de operaciones en sus proceso, aspecto que las pone en desventaja, manifiesta (Carvajal et al., 2017).

Las pequeñas y medianas empresas son parte importante dentro de la economía, ya que éstas en su mayoría generan plazas de trabajo local, incentivando la economía en el Ecuador. Las pymes tienen poco o ningún conocimiento profesional en la gestión administrativa, por lo general, los gerentes cuentan con poca preparación académica, y en la mayoría de los casos no han recibido capacitación para desempeñar esta función. Por consiguiente, lo anteriormente expuesto repercute en el correcto funcionamiento de las empresas, y perjudica la implementación de la ED, debido al desconocimiento relacionado.

Las Pymes tienen importantes ventajas competitivas en términos de escala y flexibilidad, lo que les permite responder rápidamente a los cambios ambientales y promover su integración como eslabón en la cadena productiva; como intermedias o finales en planes de subcontratación nacionales o internacionales. Se han promovido proveedores efectivos de productos y servicios la aparición de grandes empresas nacionales.

Referente a la productividad de las Pymes a grado de Latinoamérica, llega en el mejor de los casos al 36 % con en relación a la productividad de las monumentales organizaciones; sin embargo, en ciertos territorios del continente europeo la productividad cambia entre 73 y 75 %. Referente a las organizaciones medianas su productividad es inferior al 50 % con en relación a las monumentales organizaciones en Latinoamérica y en las naciones del continente europeo, el costo de la productividad es de alrededor de 80% (Dini et al., 2011).

“La mayor proporción de PYMES a nivel de América Latina lo ocupa Ecuador con el 44 %, genera el 24 % del Empleo y el 15,9 % de las ventas”(Carvajal et al., 2017).

La efectividad de las redes sociales en línea puede promover la efectividad del comercio electrónico, esta herramienta es necesaria para atraer tráfico del sitio web a través de enlaces para promover la marca de la empresa, especialmente sus productos, generando así más ventas locales e internacionales.

Las pequeñas y medianas empresas no solo pueden generar fuentes de trabajo, sino que, por los avances de diversas acciones de diversos actores, también pueden generar competencia al ingresar al proceso productivo en condiciones adecuadas. Con el desarrollo de las microempresas, también crece la demanda y los servicios de apoyo del Estado, instituciones públicas y privadas.

Especialmente las Pymes en la provincia de El Oro deben de estar inmersas en la web, con el propósito de expandirse internacionalmente, gracias al uso de las redes sociales pueden posicionarse en la mente de sus clientes, interactuar con ellos (Carrión González, 2020).

Las pymes del sector comercio ubicadas en el cantón Machala necesitan desarrollar políticas ambientales que puedan ser incluidas dentro de su planificación estratégica, en las cuales se consideren medidas para prevenir impactos ambientales, la introducción de tecnologías limpias, la capacitación de los trabajadores en materia ambiental, la difusión de la normativa ambiental, la medición y la reducción de desechos, la documentación de las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos, y la medición del desempeño ambiental (González Ordóñez, 2019).

CAPITULO II.

METODOLOGÍA

2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El estudio de caso es “la metodología que utiliza varios métodos, ya que entiende por metodología un enfoque general para estudiar un problema de investigación, mientras que al método lo define como una técnica específica para recoger datos” (Monge, 2010).

Este tipo de estudio, genera un alto grado de confiabilidad, dado que la validez de la investigación se basa en recopilación de datos y mostrar los resultados de manera cuantitativa.

De esta manera, los estudios de caso anexan planes de negocios, estudio y análisis de documentos, entrevistas, cuestionarios, datos financieros, encuestas, relacionado a las acciones e interacciones de gerentes y colaboradores, integrando información con el propósito de asimilar, y verificar la información.

Además, se beneficia de desarrollos anteriores en postulados teóricos que proporciona la recopilación y el análisis de datos. De acuerdo con los argumentos expuestos anteriormente, se puede demostrar que el diseño metodológico aplicado es una encuesta descriptiva y explicativa.

2.2 ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN

Las metodologías aplicadas en el presente proyecto de análisis de caso fueron varias, de las cuales se puede mencionar el método exploratorio, deductivo, descriptivo, dentro de éstos se procedió con la obtención de información concerniente a la economía digital y su incidencia dentro de las pymes, lo que permitió un desenvolvimiento más eficaz y preciso acerca del tema objeto de estudio. En consecuencia, la búsqueda de la información fue recopilada de fuentes secundarias utilizando investigaciones, teorías, y las estadísticas se las desarrolló a partir de los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a las pymes de la ciudad de Machala.

A través del reconocimiento de diversos artículos de literatura científica permitieron identificar a la economía digital y su impacto en las medianas y pequeñas empresas. El mecanismo que se empleó para la recolección de datos fue la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a pequeñas y medianas empresas.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó los métodos de investigación exploratorio, deductivo y descriptivo, reiterando este último, sirvió para la recopilación y tabulación de datos de la población o fenómeno de estudio, siendo en este caso las pymes de la ciudad de Machala, dado que asume un elemento explicativo del significado o importancia del contenido que se describe, con lo cual a través de los datos obtenidos se pretende explicar cómo y cuál ha sido el impacto generado por la economía digital en las pymes y su vinculación al desarrollo y crecimiento de éstas.

Con las respuestas obtenidas a través de las encuestas realizadas a las Pymes de la Ciudad de Machala, se procedió con el análisis pertinente, para lo cual se optó por el programa estadístico SPSS, el cual permitió analizar los datos obtenidos y presentarlos mediante gráficos estadísticos.

2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica a usar en esta investigación es la cuantitativa, dado que permite el cálculo de los datos obtenidos a través de herramientas como la encuesta, la cual se lleva a cabo mediante la asignación de preguntas en cuestionarios a una muestra de la población. Por consiguiente, las encuestas brindan información acerca del objeto de estudio, así como sus opiniones y posturas acerca del tema.

De esta manera a través de las encuestas se plantea obtener la información concerniente al objetivo de la investigación.

En esta investigación se utilizó la técnica de investigación por encuestas por lo que este “consulta las fuentes primarias que en este caso sería las pymes, se realizó el análisis sobre los diversos atributos citas electrónicas e investigaciones científicas” (de Plata, 2008).

2.5 POBLACIÓN

Machala, es llamada la "Capital Bananera del Mundo", porque desde allí a través de Puerto Bolívar se exporta esta preciada fruta a todo el mundo. Dado que nuestra población objeto de estudio son las pymes de la ciudad de Machala, restringimos a las empresas de los demás cantones y así mismo a las grandes empresas que se encuentran dentro de la ciudad de Machala, teniendo en cuenta sólo a las microempresas, pequeñas y medianas empresas, obteniendo un universo de 1771.

Año	Pymes
2021	1771

Fuente: (SuperIntendencia de Compañías, 2021)

Elaboración: Autores

2.6 MUESTRA

Conociendo el universo aplicamos la fórmula que utiliza (López, 2004).

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

m= muestra

N= Población o universo

K= margen de error (puede ser 10%, 5%, 2%) para la fórmula, el porcentaje a usar debe ser expresado en decimales.

$$M = \frac{1771}{(1771 - 1) (0.05)^2 + 1} = \boxed{326}$$

Partiendo de un universo de 1771, estimaremos un margen de error del 5% (0,05), quedando los datos de la siguiente manera, por lo que tendremos que realizar un total de 326 encuestas dirigidas a pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Machala.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE CASO

3.1 DESCRIPCIÓN

La investigación tiene como propósito analizar la economía digital como herramienta para mejorar la competitividad y productividad de las Pymes en la ciudad de Machala. De acuerdo a las argumentaciones teóricas y empíricas que se vinieron manejando en la parte metodológica, sirvieron como sustento para la investigación, de esta manera se aplicó una averiguación detallada y explicativa. Por lo tanto, en la metodología se hace una revisión de literatura científica que permitió detectar factores determinantes y métodos inmersos en el asunto de la economía digital y su efecto en las medianas y pequeñas empresas.

Asimismo, el instrumento que se utilizó para la recolección de información fue la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario de 9 preguntas dirigidas a 326 pequeñas y medianas empresas, muestra que fue obtenida de la superintendencia de compañías (SuperCia), partiendo de un universo de 1771, las mismas que se vieron afectadas por el transcurso de los años, experimentando profundos cambios y un rápido crecimiento en la globalización digital. Por último, los resultados de la investigación demuestran que la economía digital aun es desconocida por gran parte de los empresarios de las Pymes, siendo el 28.83%, del total de los datos obtenidos, en el mismo contexto el 54.29% considera que la Economía digital si aporta positivamente a las Pymes, considerando el gran avance de la era de la digitalización en la actualidad.

3.2 ANÁLISIS, SITUACIÓN Y RESEÑA DEL SECTOR, EMPRESA, ENTORNO, OBJETO DE ESTUDIO.

La economía mundial busca nuevas formas de adaptarse al entorno actual. Su participación en el comercio exterior y el crecimiento mundial refleja los avances tecnológicos, económicos, sociales y ambientales y así mismo capacidades innovadoras. Además, la sostenibilidad y la calidad son otros factores clave en la creación de nuevos productos, procesos y actividades, promoviendo así la transformación estructural.

El desarrollo y avance económico de los países está directamente relacionado con el desarrollo de las TIC, donde el aprovechamiento óptimo de los recursos del sector tecnológico (como el consumo de servicios de datos y banda ancha) permitirá incrementar el producto interno bruto (PIB), la productividad y la generación de empleo.

El desarrollo de la tecnología de la información y las comunicaciones ha desempeñado un papel muy importante a la hora de potenciar el desarrollo económico y la eficiencia productiva de diferentes sectores económicos.

Como lo indica (Yáñez Sarmiento et al., 2018) “Los recursos humanos constituyen el elemento más importante que una organización posee, y al mismo tiempo es el más complejo de dominar y controlar” dejando en evidencia, que es primordial además de invertir en tecnología, se debe capacitar al personal, para que pueda obtener el máximo aprovechamiento de los recursos tecnológicos.

En efecto, la digitalización ha dado un salto gigantesco impulsado por la pandemia del Covid-19, generando cambios en la reducción de gastos y costos en las transacciones, debido a la creación de productos y servicios digitales.

Economía Digital en Ecuador

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) se tornan cada vez más un servicio elemental, Ecuador no es indiferente de esta tendencia. Aun en Ecuador la optimización referente a competitividad tecnológica es de suma importancia, pero persiste el problema de la brecha digital, por mencionar una diferencia, entre los pocos que tienen la posibilidad de conectarse y los varios que no.

Ecuador busca intensificar las herramientas tecnológicas. Por consiguiente, (Sambache et al., 2020), alude que “actualmente existe una conectividad del 98% en el país, sin embargo, con la reducción de los costos de internet debido a las bajas tarifas exigidas por el estado a las empresas promotoras de dicho servicio” (p.762). Bajo esta premisa, la Economía Digital se ha encargado de propiciar el cambio de la economía tradicional hacia una era de digitalización, aprovechando la evolución digital, de esta manera las empresas se enfocan en la innovación aprovechando el potencial de las Tics.

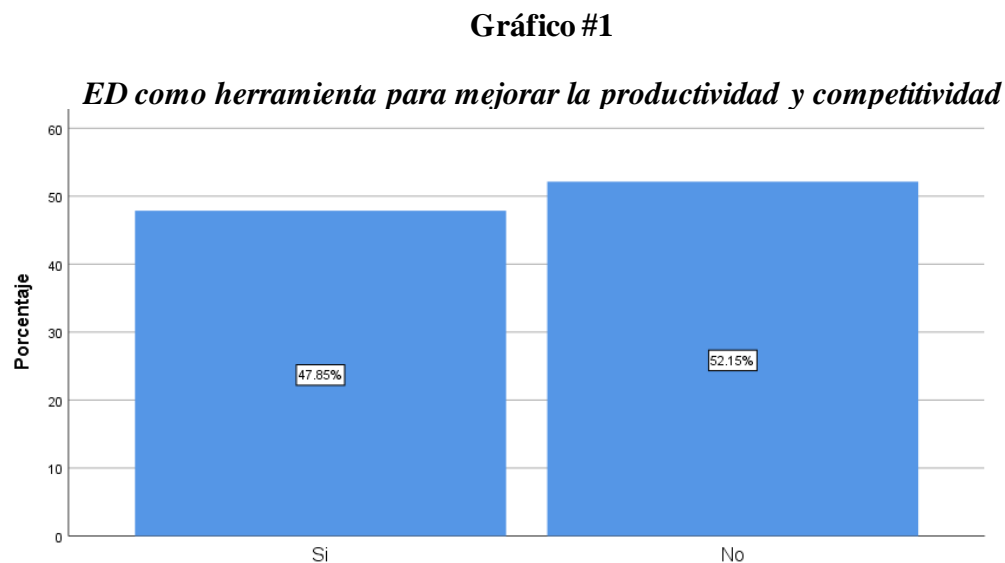
El papel del gobierno en la economía digital se acompaña de cinco pasos básicos: liderazgo, plan de acción, recursos, marco legislativo y arquitectura digital.

No hay duda de que el gobierno debe garantizar que su país se mantenga a la vanguardia y salvaguardar la supervisión sin obstaculizar las oportunidades empresariales y de inversión para

convertirse en un partidario de estas empresas y orientarlas para fusionarse, crecer y expandirse en el nuevo entorno.

La economía digital permite el ingreso a nuevos mercados y nuevas fuentes de ingresos a través de la aplicación de nuevas tecnologías, y con el apoyo de la digitalización, mejora las condiciones y competitividad de las pequeñas y medianas empresas.

En concordancia con lo anteriormente expuesto, se puede evidenciar en el siguiente gráfico que;



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

A pesar de la brecha digital existente en la ciudad de Machala, el 47.85% de las Pymes, consideran a la Economía digital como una herramienta para mejorar la productividad y competitividad, de esta manera se puede observar que el notable avance tecnológico y lo que desencadena en sí, no pasa inadvertido por las Pymes.

Además, el incremento de las TIC en el país ha permitido promover el conocimiento, generar empleo y aumentar el empleo en diferentes sectores.

Economía Digital en las empresas

Como resultado de la implementación de las TIC, organizaciones y mercados se están convirtiendo en un mercado globalizado, las empresas han incrementado su competitividad. La evolución de la economía digital se ve como el inicio de un nuevo modelo de crecimiento basado en la maximización de beneficios.

Asimismo, beneficia a los consumidores porque ven un acceso más y más rápido a bienes y servicios. Hoy en día, la mayoría de las empresas alrededor del mundo buscan los beneficios que ofrece Internet, haciendo de los sistemas y aplicaciones en línea una parte normal de sus operaciones diarias.

Por tanto, la economía digital se está expandiendo de diferentes formas, contribuyendo al crecimiento de la producción. Sin embargo, es importante evaluar el posible impacto de la economía digital y cómo las empresas y los gobiernos se están preparando para la era digital.

La importancia de las Pymes en la economía ecuatoriana

Las pequeñas y medianas empresas son herramientas eficaces para la supresión de la pobreza y la promoción del empleo en los países en desarrollo. Se centran en sectores económicos específicos. La mayoría de ellas son empresas familiares con un número reducido de empleados. Necesitan financiación para integrar la tecnología de infraestructura con Internet. Las Pymes han

entrado con éxito en los mercados debido a su estructura pequeña y relativamente fácil de establecer.

Las pymes ecuatorianas sobreviven en un mercado de constante cambio y cada día abren nuevos espacios para satisfacer nuevas demandas. Esto se debe a la falta de recursos financieros para aprovechar las oportunidades, así como las pymes enfrentan mayores dificultades para obtener financiamiento debido a los altos riesgos y condiciones impuestas por la banca privada.

Otro de los desafíos que enfrentan las pymes son, el no poder acceder con total facilidad a las nuevas tecnologías, dado que el país, aun no cuenta con un entorno totalmente modernizado en comparación con los demás países del mundo, lo que también implica que los costos de los productos relacionados a la implementación de la ED, también cuenten con un valor mayor que en otros países.

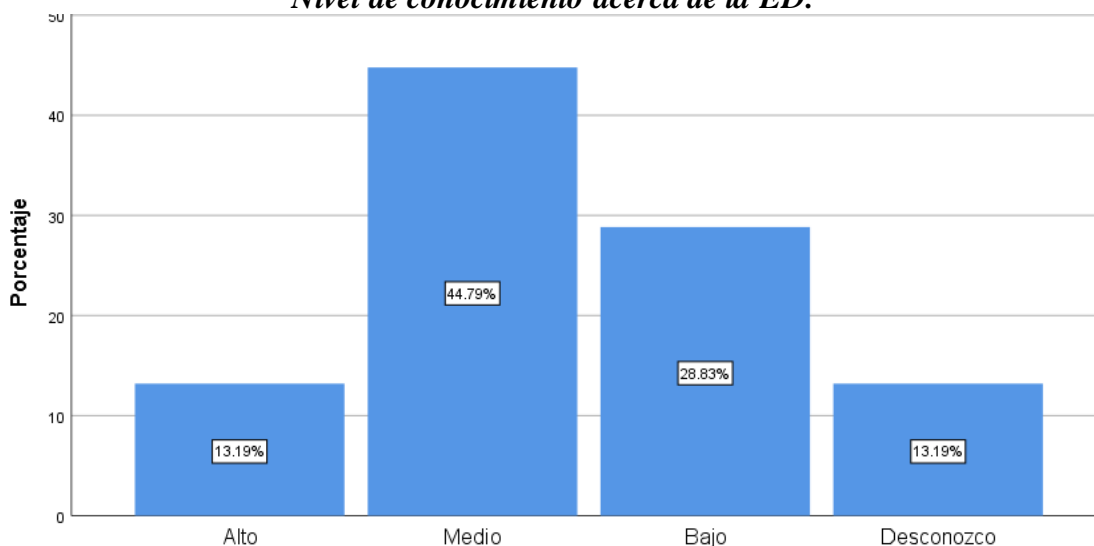
3.3 ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA

En base a los datos recolectados a través de las diversas fuentes bibliográficas, se puede corroborar que, debido al notable avance de la digitalización y la globalización, la Economía digital y el uso de las Tics juegan un papel fundamental en la actualidad, dado que gran parte de las empresas tienen la obligación de adaptarse al entorno, y así de esta manera no quedarse rezagadas por la competencia.

Si bien es cierto, que la economía digital forma una parte importante en la actualidad, hay que tener en cuenta algunos factores que impiden su completa implementación por parte de las empresas. Uno de estos factores es la falta de conocimiento acerca de la economía digital, como se lo puede observar en el gráfico 2;

Gráfico #2

Nivel de conocimiento acerca de la ED.



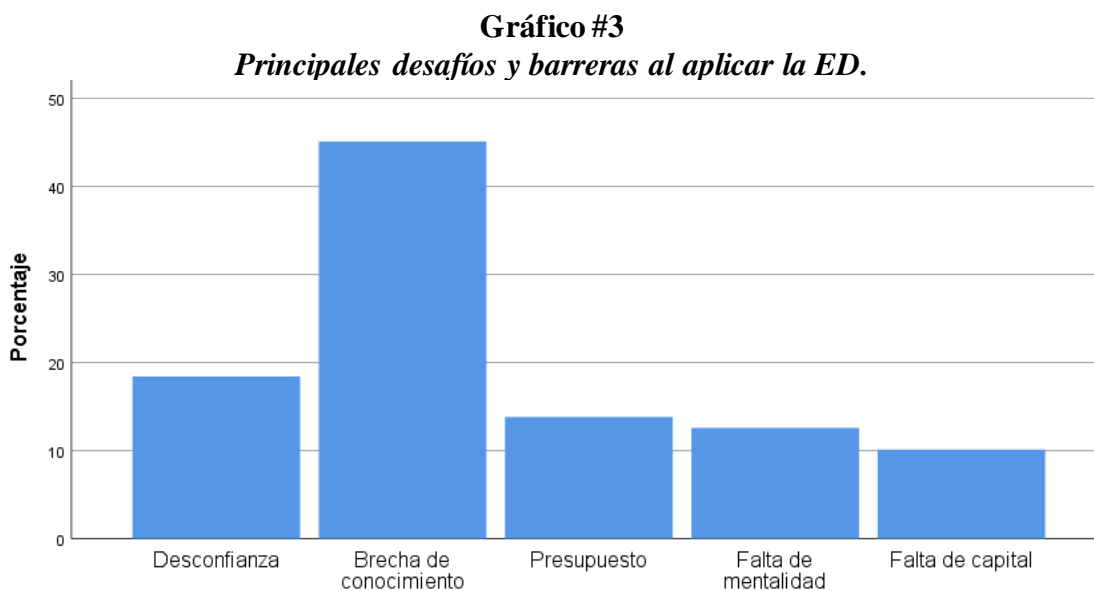
Fuente: Pymes de la ciudad de Machala

Elaboración; Autores

En concordancia con lo anteriormente expuesto, y de acuerdo a los siguientes datos, se evidencia que el nivel de conocimiento sobre la economía digital representa un obstáculo importante, dado que el 13,19% indica que desconoce acerca de la misma, seguido de un 28,83% con un nivel de conocimiento bajo, lo cual nos indica que las Pymes de la ciudad de Machala, aun no cuentan con la información pertinente y necesaria acerca de la economía digital y por ende desconocen los las ventajas de la misma.

Bajo esta premisa, para muchos emprendedores, la transformación digital aún no es necesaria ni se considera una prioridad, lo que constituye un obstáculo importante. Los empresarios manifestaron que ellos se enfocan más en la tarea de la producción y venta. En segundo lugar, los empresarios creen que los costos de inversión asociados con los rendimientos de las inversiones o los rendimientos esperados los convierten en inversiones poco atractivas.

En ese contexto, dado el desconocimiento acerca de la economía digital, los emprendedores carecen de una comprensión real del costo de ciertas tecnologías (que puede ser bajo), y desconocen los beneficios (que pueden ser altos) que pueden traer, haciendo que el costo sea considerado a priori como el principal obstáculo. Tal como se evidencia en el siguiente gráfico;



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

Es así que, entre las principales barreras y desafíos que enfrentan las pymes al querer implementar la economía digital, como se planteó anteriormente, la brecha de conocimiento juega un papel fundamental, así mismo la desconfianza originada a raíz del desconocimiento, además consideran como falta de capital otra de su problemática.

3.4 DISEÑO, ALCANCE Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Como resultado de la implementación de las TIC en organizaciones y mercados que se han convertido en un mercado globalizado, las empresas han mejorado su competitividad, se cree que

el desarrollo de la economía digital marca el inicio de un moderno modelo de crecimiento basado en la digitalización, pero manteniendo el enfoque de la maximización de beneficios.

Por otra parte, basándose en los resultados de este análisis, se necesita animar al empresario a lanzarse al negocio electrónico, debido a que una organización pequeña tiene maneras de ganar en el e-commerce, ya que al ser más pequeña su composición es más expedito y esto le posibilita ajustarse mejor a novedosas maneras de laborar.

En relación a la predominancia en la función de innovación, debemos indicar que el componente “edad” influye de forma notoria, por lo que cuanto más tiempo lleva la organización en el mercado, esta tiene más interrelaciones y vivencia. Hitos, que, estando gestionados de forma exitosa por sus líderes, permiten: crear novedosas colaboraciones para producir nuevos productos; tener convenios con los proveedores y aliados; y crear novedosas oportunidades, que tienen la posibilidad de enfocar exitosamente hacia el negocio electrónico.

Se sugiere que la globalización de los mercados y el trabajo de los instrumentos digitales son monumentales componentes de cambios que inciden de forma extremista en las organizaciones, debido a que la tecnología tiene adelantos mejores lo que produce que muchas organizaciones se encuentren quedando como obsoletas o en el olvido, debido a que actualmente con un clic se puede obtener a partir de empleo hasta el producto más diminuto que el consumidor ocupe.

Asimismo, beneficia a los consumidores, que ven cada vez más formas de adquirir bienes y servicios, cada vez más rápido. Hoy en día, la mayoría de las empresas de todo el mundo buscan

los beneficios de Internet, utilizando sistemas y aplicaciones en línea como parte normal de sus operaciones diarias.

Por tanto, la economía digital se está expandiendo de diferentes formas, contribuyendo al crecimiento de la producción. Sin embargo, es importante evaluar el posible impacto de la economía digital y cómo las empresas y los gobiernos se están preparando para la era digital.

3.5 SELECCIÓN DE ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

En relación a los datos presentados anteriormente, y a pesar de la brecha de conocimiento existente entre las pymes de la ciudad de Machala, las pequeñas y medianas empresas reconocen el avance de la tecnología y la importancia que radica en ello, por eso creen que la integración de las TICs resulta rentable, porque una de las evoluciones más directas de la ED tiene que ver con el trabajo y su estructura ocupacional.

De esta manera, permiten relacionarse y adaptarse a los cambios evolutivos de la sociedad y sus exigencias actuales, donde la globalización digital está ocasionando a las empresas a adaptarse o cerrar. Teniendo en consideración el escenario actual, donde muchas empresas se vieron forzadas al cierre de sus actividades por la pandemia presente, incursionando en el mundo del teletrabajo, otras empresas empezaron a ofertar sus productos a través de redes sociales, fortaleciendo de esta manera la economía digital presente.

Es así que, a partir de este escenario fundamental, se debería modificar buena parte del mercado gremial, más que nada ese referente con la economía digital. Dando una especial importancia a las redes sociales, lo que está ocasionando la necesidad de expertos capaces de generar y desarrollar contenidos digitales y comercialización de productos a través de las redes.

Así, el mercado gremial en la economía digital va a ser fortalecido en el tamaño en que se proporcione la entrada a los instrumentos, al entendimiento y a los medios financieros para educar, innovar y crear utilizando las TIC y la construcción digital, y de esta forma permitir que cualquier persona logre hacer “aproximadamente” todo y, por consiguiente, se logren producir oportunidades de trabajo para mejorar la vida y el soporte de toda la gente.

Mientras las tecnologías digitales permiten la producción de más bienes y servicios con menos mano de obra, además se exponen ciertos trabajadores al peligro de desempleo o de menores salarios. Sin embargo, para capitalizar las ventajas laborales de la adopción de las TIC, los gobiernos, las organizaciones y las instituciones académicas van a tener que afrontar los nuevos desafíos económicos y del mercado actual.

Estas estimaciones en aumento otorgan contestación a que cada vez haya superiores condiciones para el mercado gremial en la economía digital, a partir de averiguaciones tecnológicas, préstamos online para capital de trabajo, pagos electrónicos, plataforma de publicidad digital, negocio electrónico.

Hasta cambios de política pública, que van a apresurar el aumento y un más grande aprovechamiento de tácticas de digitalización, perfeccionando plataformas virtuales de pago, uso de una más grande conectividad y rapidez de internet de cada vez mejor calidad, teniendo de manera un ecosistema digital orientado hacia lo gremial.

3.6 POSIBLES RESULTADOS OBTENIDOS

La economía digital está avanzando en muchas direcciones e influyendo en la manera como vivimos, lo cual causa la abertura de novedosas industrias y nuevos modelos de comercio,

aunado a los cambios en la manera de ordenar el mercado gremial. La utilización desarrollada de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y el enorme efecto de internet en todos los sectores de la economía las caracteriza como tecnologías de uso general, con el potencial de cambiar la economía e incrementar la productividad. Por ello, el análisis se limita al estudio de la transformación digital del mercado gremial como un sector permeado por la economía digital.

A partir de esta visión, las empresas como empleadores tienen que consumir los planes estratégicos de competitividad con cimientos tecnológicos y, de manera, los trabajadores deberán apoyarse en herramientas tecnológicas para desarrollar tanto procesos administrativos como procesos de manufactura, repartición y compraventa, con el fin de que el ámbito gremial se adapte a los cambios que el ecosistema digital instituye.

Sin embargo, si los empleadores no adaptan sus procesos al uso de las TIC, se corre un elevado peligro de perder el eslabón de competitividad y, con ello, dar un escenario gremial arcaico y rudimentario en los procesos, lo que desincentiva competencias laborales orientadas a las TIC.

La capacidad y las competencias en las TIC tienen que realizarse tanto en empleados como en empleadores. Ajustarse a las tecnologías variables involucra que los trabajadores se inclinen a la resiliencia gremial digital que impacta la composición del mercado gremial.

El hecho innegable es que las Tics progresan rápidamente en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Se puede ver en los resultados de la investigación que hay muchos estándares que pueden explicar la ED como herramienta para mejorar la productividad y la competitividad de las pymes. Sugieren que la ED y las TICs trabajen juntas para obtener el máximo beneficio de la

tecnología actual, para que puedan analizar varios para que puedan optimizar la organización mediante estrategias, procesos, etc.

El primer factor que muestra cómo la ED puede mejorar la productividad y competitividad de las pymes es estar inmersos en la aplicación y adaptación continua de las TICs, mejorándolas y simplificando los procesos estratégicos en las tecnologías actuales de la organización. Concéntrese de manera contrastante en los resultados de la nueva tarea principal de las TICs de reducir los costos de producción y, posteriormente, aumentar los ingresos.

Los resultados muestran cómo las empresas prestan gran atención a mejorar la productividad y ahorrar costos, seguido de los problemas de la brecha de conocimiento. Vale la pena señalar en particular que las personas están menos interesadas en mejorar la innovación de productos y mejorar la toma de decisiones, por lo que están más interesadas en los resultados a corto plazo, la productividad y el ahorro de costos que en los beneficios de la innovación y la mejora a mediano y largo plazo.

Se ha comprobado que la implantación de las TICs en las empresas es muy rentable porque permiten evolucionar el proceso de desarrollo, aumentan su movilidad y velocidad de ejecución, y de igual forma, reducen costes y favorecen la implantación de empresas. Las pymes más prudentes se han adaptado para utilizar Internet como parte de su modelo de negocio.

CAPITULO IV

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

DISCUSIÓN

El continuo y acelerado avance de la tecnología implica muchas ventajas en todos los hábitos, partiendo desde lo cotidiano a lo empresarial; bajo esta premisa queda en evidencia que, el incorporar tecnología a los procesos empresariales otorga diferentes beneficios, en conjunto con la Economía digital, y su aporte de acuerdo a los resultados obtenidos, las pymes de la ciudad de Machala, consideran que la correcta y adecuada implementación de la misma, influye positivamente en la capacidad productiva.

En contraste con lo anteriormente expuesto es innegable el hecho que la ED aporta e influye en las pymes de la ciudad, pero de acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se evidencia que, para obtener y aprovechar al máximo las ventajas de la incorporación de la ED, es necesario reducir la brecha de conocimiento existente en su entorno.

De igual manera, es fundamental, además de poseer el conocimiento adecuado, así mismo que las empresas consideren realizar la inversión adecuada, considerando empezar por capacitaciones referentes al uso de las Tics, aprovechando la ya existente globalización.

Por consiguiente, (Cueva, 2010) dice que “finalmente, el uso de las TIC también debe propiciar la asociatividad entre las PYMES para mejorar las capacidades de negociación, oferta y facilitar la trazabilidad de los productos”. En base a lo anterior, tenemos en consideración, que el uso de las Tics, ayuda a la competitividad de las pymes, en concordancia, con nuestros resultados de investigación.

De igual manera, en comparativa, “El mercado del comercio por internet en Ecuador aún está adormitado por la falta de oferta de las empresas nacionales y el temor a posibles fraudes” (Alomoto Almachi & Villacrés Núñez, 2013). Teniendo en consideración que, de acuerdo a nuestros resultados obtenidos, una de las problemáticas principales acorde a la implementación de la ED, es la brecha de conocimiento existente entre las pymes de la ciudad de Machala. Lo que genera desconfianza entre los empresarios y a su vez entre los consumidores.

Pero que, a pesar del desconocimiento, no pasa inadvertido el hecho de que, debido al avance tecnológico, los empresarios consideran relevante la implementación de la ED.

CONCLUSIONES

Actualmente un hecho innegable es que las Tics evolucionan a pasos acelerados en todos los espacios de la sociedad de la cual formamos parte. Como se puede evidenciar en los resultados de la investigación, hay varios criterios definiendo que la Economía digital sirve de ayuda fundamental para mejorar y complementar la productividad y competitividad de las Pymes, a pesar de la brecha de conocimiento existente entre los empresarios de las pymes de la ciudad, lo cual indica, que no pasa inadvertido el notable avance de la economía digital.

Por consiguiente, detectar cuáles son las tácticas de la economía digital implementadas por las Pymes para optimizar sus procesos, así mismo examinar de qué forma la economía digital y las TICs permanecen influyendo en la capacidad productiva de las Pymes de la urbe de Machala y así de esta forma poder gestionar de forma correcta su accionar en las organizaciones.

En concordancia con los datos obtenidos se pudo evidenciar que el 44.79% de las pymes encuestadas, tienen un conocimiento medio acerca de la ED, adicionalmente y a consecuencia de ello les preocupa que su información personal y su seguridad se vean comprometidas al realizar cualquier operación tipo de venta o transacción.

En definitiva, el estudio intenta enfatizar la Economía Digital como una herramienta para mejorar la productividad y competitividad de las Pymes. Considerando que las empresas juegan un papel fundamental y crítico en el crecimiento económico de un país, igualmente, la adaptación a los cambios globales, confiere un factor importante en el éxito y permanencia de las empresas.

Bajo el escenario actual, generado por la actual pandemia, es innegable el hecho de que las empresas han enfrentado cambios tanto en su estructura organizacional como en la de ventas, es

así que la economía digital, en conjunto con las Tics, han generado y aportado positivamente en las empresas.

Comprender los beneficios y la importancia de conectarlos y mejorarlos en el proceso empresarial. Además, también simplifica muchos factores, tales como; servicio al cliente, acceso a información más rápida y general, transacciones y otras actividades.

Con todo, las pymes han considerado un 48.16% a la economía digital como un factor importante dentro de la empresa, dado que la ED tiene que ver con el trabajo y su estructura ocupacional. De esta forma, pueden relacionarse y adaptarse a la evolución de la sociedad y sus necesidades actuales. La globalización digital está impulsando a las empresas a adaptarse o cerrar.

En virtud de lo analizado anteriormente, queda como constancia la importancia de la ED, y su aporte a las pymes, considerando el notable avance tecnológico, y la incidencia de la actual pandemia, donde las empresas han optado por modernizar sus modelos de negocio, con el objetivo primordial de asegurar su permanencia en el mercado.

RECOMENDACIONES

Las Pymes tienen que tomar conciencia sobre los adelantos tecnológicos de forma que busquen actualizarse y llevar a cabo cambios en las organizaciones; adicional tener en cuenta las ventas de sus productos o servicios y realizar comunicados de ofertas por medio de correos electrónicos, redes sociales, todo lo concerniente al marketing digital, adicional disponer de computadoras o smartphones y una contratación de internet que faciliten el desarrollo de las ocupaciones empresariales.

La utilización de las TICs ayudaría a que las organizaciones impulsen el incremento económico no solo de las empresas sino del país. Las organizaciones de Machala tienen que estar dispuestas a reducir las brechas digitales existentes, así superar el error de la incertidumbre concerniente a la ED y así reinventar una ciudad competitiva y aportadora a la producción.

Los instrumentos digitales son simples de instalar y tiene a partir de la planeación empresarial hasta las ventas que se crea, de esta forma, además, ayuda a informar a los consumidores sobre las ofertas que la organización ofrezca de forma inmediata y rápida. Es por ello, que se sugiere para un mejor control empresarial la implementación de herramientas digitales, mismas que son gratuitas en algunas ocasiones, en otros tiene precio bajo y está al alcance de todos por medio de la web.

De esta forma, además, se sugiere que la cámara de negocio de Machala haga capacitaciones dirigidas a los gerentes o propietarios de las pymes, para hacerles conocer sobre las ventajas que tiene la economía digital para el incremento económico y así de esta manera reducir la brecha de conocimiento existente entre los empresarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Alomoto Almachi, J. M., & Villacrés Núñez, J. G. (2013). *La economía digital como mecanismo para mejorar la productividad y competitividad de las PYMES en el sector turístico*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2562>
- Carrión González, J. T. (2020). El impacto del e-commerce en las PYMES de la provincia de El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 473-479.
- Carvajal, C. Y., Luis Solís Granda, I. B. V., & Hermida, L. H. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 232.
<https://ideas.repec.org/a/erv/observ/y2017i23240.html>
- Cleri, C. (2013). *Libro de las pymes, El*. Ediciones Granica.
- Cueva, F. D. (2010). Economía digital, sitios web y PYMES del sector artesanías en el Perú. *Contabilidad y Negocios*, 5(9), 76-84.
- de Plata, D. P. (2008). Herramientas gerenciales para el posicionamiento de la empresa sostenible y el marketing ecológico: Management tools and positioning of sustainable enterprises and marketing ecological. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 5(2), 168.
- Dini, M., Stumpo, G., & Italiana, I. C. (2011). *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3868>
- Gaziz, S., Oteshova, A., Prodanova, N., Savina, N., & Bokov, D. O. (2020). DIGITAL ECONOMY AND ITS ROLE IN THE PROCESS OF ECONOMIC DEVELOPMENT. *Journal of Security & Sustainability Issues*, 9(4).
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=20297017&AN=144433235&h=D5axhhYDZuFq5XYLbCcAhfEfV18Ig8FEYqM0A5ARRt0ejiDjMnraobjUCJYbs7n7d6xFn01yi2VyPPhEU0myOA%3D%3D&crl=c>
- Gobierno de la república del ECUADOR. (29 de Agosto de 2021). *te*. Obtenido de
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/las-tic-como-motor-de-la-economia-digital/>

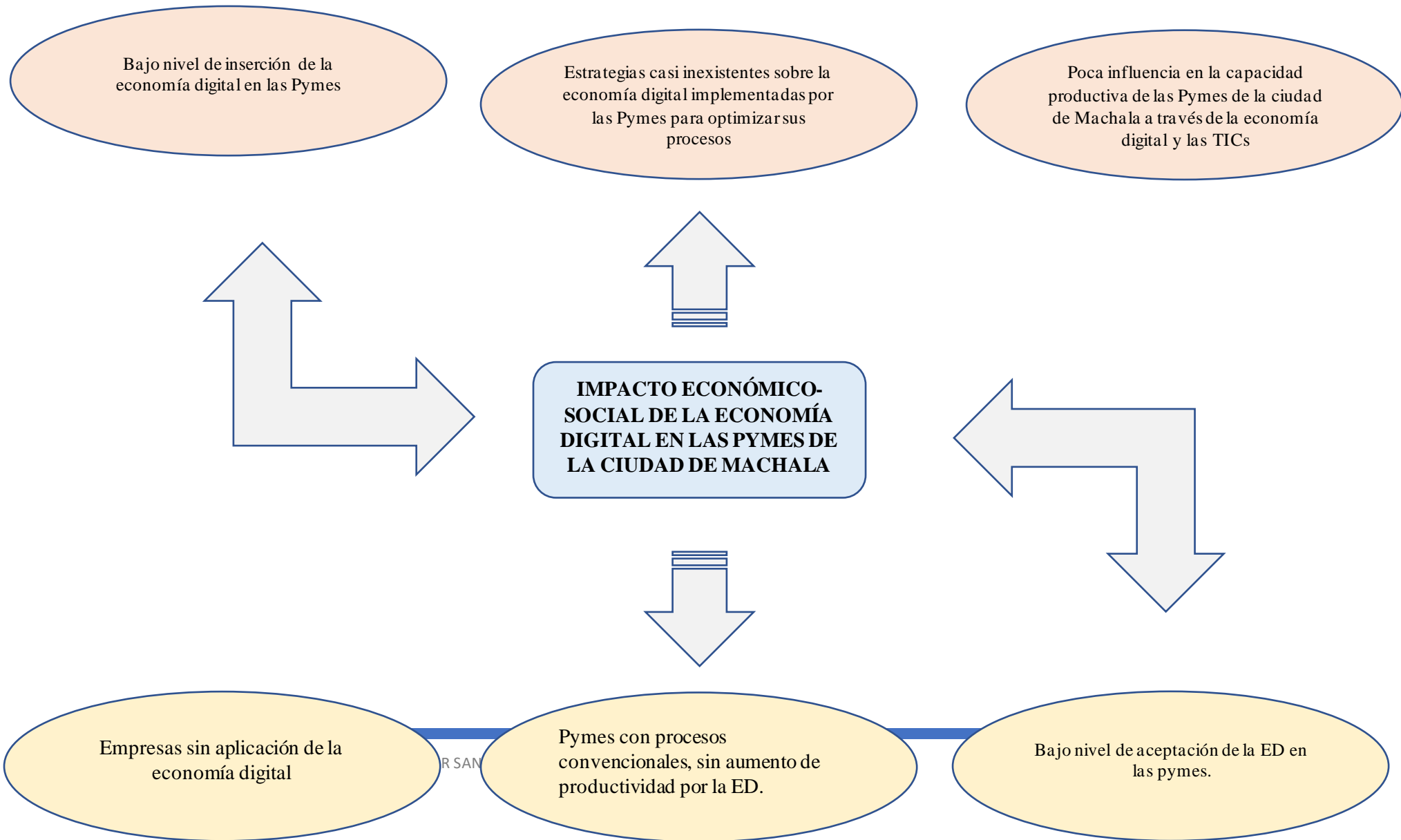
- González Ordóñez, A. I. (2019). Gestión ambiental y competitividad de las PYMES del sector comercio en el cantón Machala, Provincia El Oro, Ecuador. *Gestión*.
<http://www.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p12.pdf>
- Grandón, E. E., Ramírez-Correa, P. E., & Orrego, J. S. L. (2019). Modelo de Aplicaciones e-Business en Grandes Empresas: Una Validación Empírica. *Interciencia*, 44(4), 210-217.
- Jiao, S., & Sun, Q. (2021). Digital Economic Development and Its Impact on Economic Growth in China: Research Based on the Perspective of Sustainability. *Sustainability: Science Practice and Policy*, 13(18), 10245.
- Katz, R., Callorda, F., & Lef, M. (2016). Iniciativas empresariales y políticas públicas para acelerar el desarrollo de un ecosistema digital iberoamericano. *Informe al Consejo Iberoamericano de la Productividad y la Competitividad*. http://www.teleadvs.com/wp-content/uploads/Presentacion_Madrid_CIPC_v4.pdf
- Lera López, F., Hernández Nanclares, N., & Blanco Vaca, C. (2003). La «brecha digital»: un reto para el desarrollo de la sociedad del conocimiento. *Revista de Economía Mundial*, 8(1576-0162), 119-142.
- López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*.
<http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- López-Bonilla, J. M., López-Bonilla, L. M., & Peña Vences, J. del C. (2015). Sistemas de Información de Marketing: una visión integradora. *Tourism & Management Studies*, 11 (2), 197-203. <https://idus.us.es/handle/11441/51534>
- Marín, J. Á. J. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, 71. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914045.pdf>
- Metelenko, N., Pashko, L., Grynychuk, N., Vakulenko, V., Babenko, O., & Protsak, K. (2021). Transformation of the System of Public Administration in a Network Economy. *EEarth*, 39(3). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i3.4721>
- Miśkiewicz, R. (2018). The importance of knowledge transfer on the energy market. *Polityka Energetyczna - Energy Policy Journal*, 21(2), 49-62.

- Mogollón, A. M. G., & Sáenz, E. M. (2021). Avances en la economía del ecosistema digital en algunos países de latinoamérica. *Horizontes Empresariales*, 20(1), 4-29.
- Monge, E. C. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas. *Revista Nacional de administración*, 1(2), 31-54.
- Murillo, R. S. (2009). Beneficios del comercio electrónico. *Perspectivas*, 24, 151-164.
- Nueno, P. (2009). Emprendiendo hacia el 2020. *Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas*. Barcelona: Deusto SA Ediciones.
<https://media.iese.edu/research/pdfs/ART-1596.pdf>
- Pozos, D., Lucila, F., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & gestión*, 40, 184-202.
- Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 37(146), 31-50.
- Rusak, D., Pidchosa, O., & Filipenko, A. (2021). Digital economic networks in the context of global transformations. *EEarth*, 39(6). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i6.5161>
- Saavedra G., M. L., & Hernández C., Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11(17), 122-134.
- Sambache, D. D. C., Villalba, M. C. V., & Cevallos, J. V. A. (2020). Brecha digital: conectividad y equipamiento en instituciones de educación fiscal en Ecuador. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), 758-770.
- Spivakovskyy, S., Kochubei, O., Shebanina, O., Sokhatska, O., Yaroshenko, I., & Nych, T. (2021). The impact of digital transformation on the economic security of Ukraine. *EEarth*, 39(5).
<https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.5040>
- SuperIntendencia de Compañías. (23 de Septiembre de 2021). *SuperCias*. Obtenido de SuperCias:
<https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=07&tipo=2>
- Tapscott, D., & Osorio, M. B. (1997). *La economía digital*. McGraw-Hill New York.

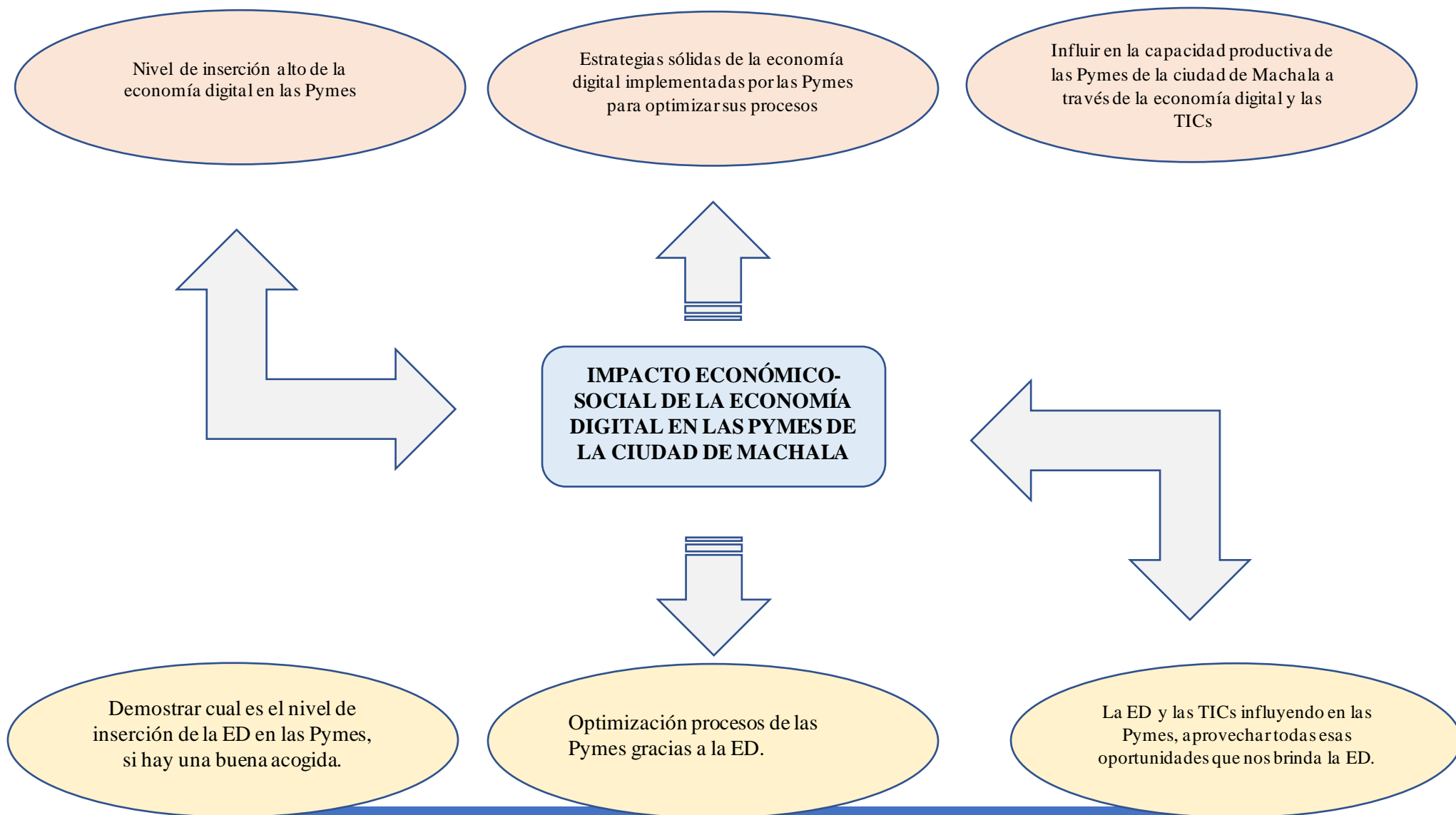
- Valencia, F., & Others. (2015). Sistema de dinero electrónico, un medio de pago al alcance de todos. *CEMA Bulletin*. https://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LX04-02.pdf
- Wang, H., Hu, X., & Ali, N. (2022). Spatial Characteristics and Driving Factors Toward the Digital Economy: Evidence from Prefecture-Level Cities in China. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(2), 419-426.
- Williams, L. D. (2021). Concepts of Digital Economy and Industry 4.0 in Intelligent and information systems. *International Journal of Intelligent Networks*, 2, 122-129.
- Yáñez Sarmiento, M. M., Yáñez Sarmiento, J. R., & Morocho Espinoza, J. M. (2018). Importancia de los recursos humanos en las micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 89-93.
- Zamora, A. (s. f.). *Optimizar las inversiones digitales para lograr más productividad y crecimiento de la economía española*.
- Zhang, J., He, X., & Yuan, X.-D. (2020). Research on the relationship between Urban economic development level and urban spatial structure—A case study of two Chinese cities. *PloS one*, 15(7), e0235858.

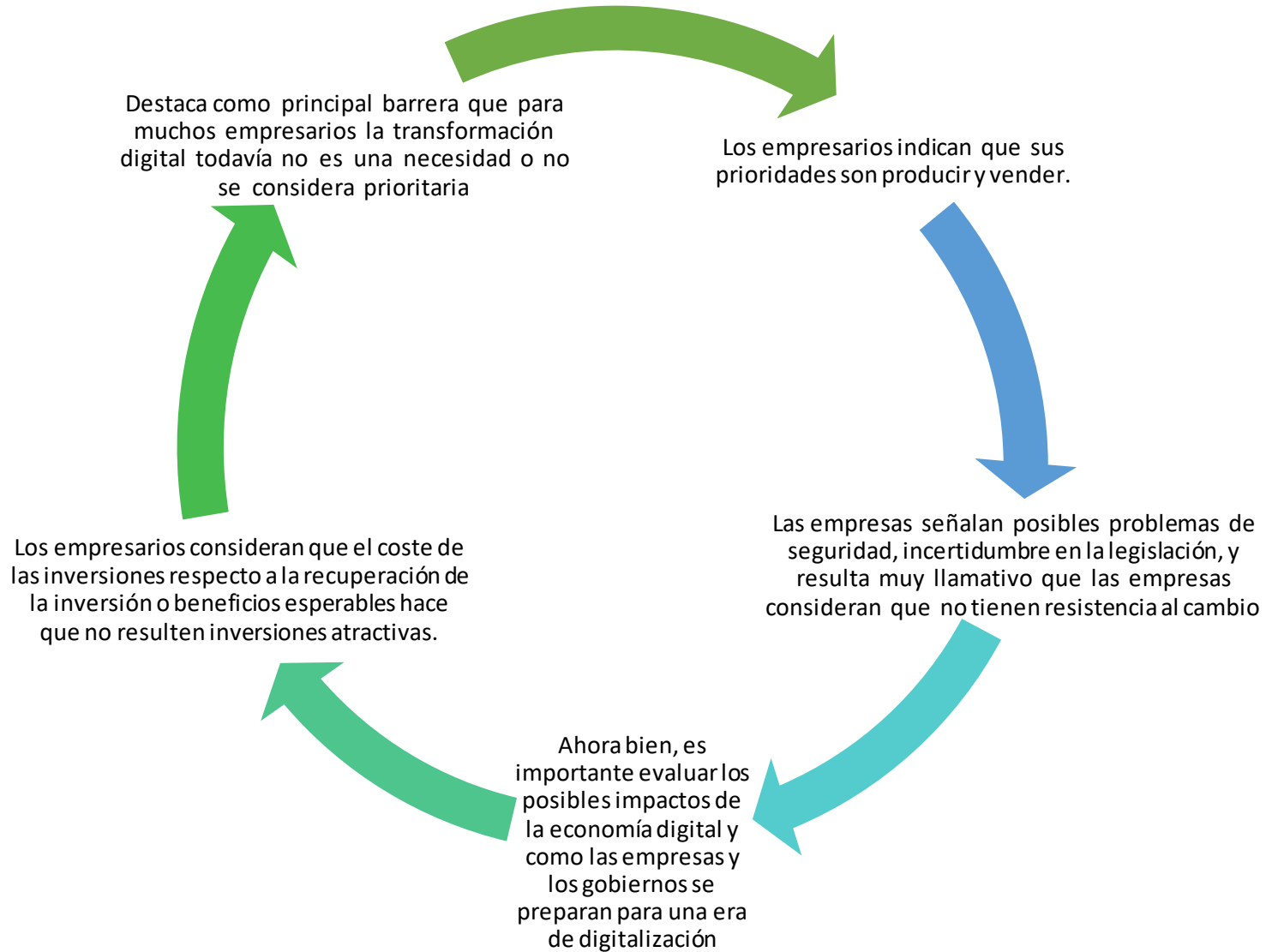
ANEXOS

ARBOL DE PROBLEMAS



ARBOL DE OBJETIVOS







UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, Pertinencia y Calidez
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA



Tema: La economía digital y su impacto en las pymes de la ciudad de Machala.

Objetivo: Analizar de qué manera la economía digital y las TICs están influyendo en la capacidad productiva de las Pymes de la ciudad de Machala.

Encuestas dirigidas a la Pymes de la ciudad.

1. ¿Cuál es su nivel de conocimiento sobre la economía digital?

- Alto
- Medio
- Bajo
- Desconozco

2. ¿Considera a la economía digital como un factor importante dentro de su empresa?

- Si
- No

3. ¿Considera a la Economía Digital como herramienta para mejorar la productividad y competitividad de su empresa?

- Si
- No

4. ¿Considera que la incorporación de la economía digital influye positivamente en sus ingresos?

- Si
- No

5. ¿Cuál es el porcentaje de aumento de sus ingresos con la aplicación de la economía digital?

- De 0 a 15%

- De 16% a 30%
- Mas de 30%

6. ¿Cuál es el factor que más influye al incorporar las Tics en las empresas?

- Información de manera inmediata
- Agilización de los negocios
- Vinculación a comerciantes, proveedores y usuarios
- Imagen pública
- Globalización económica

7. ¿Cuál considera usted que es el nivel de aportación de la Economía digital a las pymes?

- Alto
- Medio
- Bajo

8. ¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos y barreras, que enfrentan las empresas para alcanzar una evolución digital exitosa?

- Desconfianza
- Brecha de conocimiento
- Presupuesto
- Falta de mentalidad
- Falta de capital

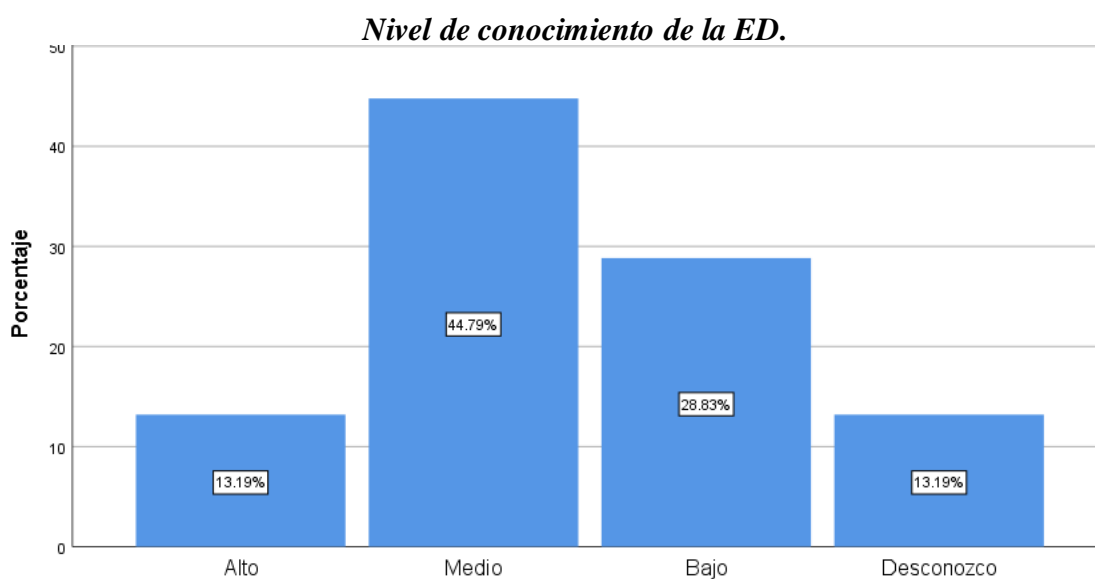
9. ¿Cuál considera usted que es el nivel de riesgo y oportunidad de la digitalización para su negocio?

- Alto
- Medio
- Bajo

1. ¿Cuál es su nivel de conocimiento sobre la economía digital?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	43	13.2	13.2	13.2
	Medio	146	44.8	44.8	58.0
	Bajo	94	28.8	28.8	86.8
	Desconozco	43	13.2	13.2	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #1



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

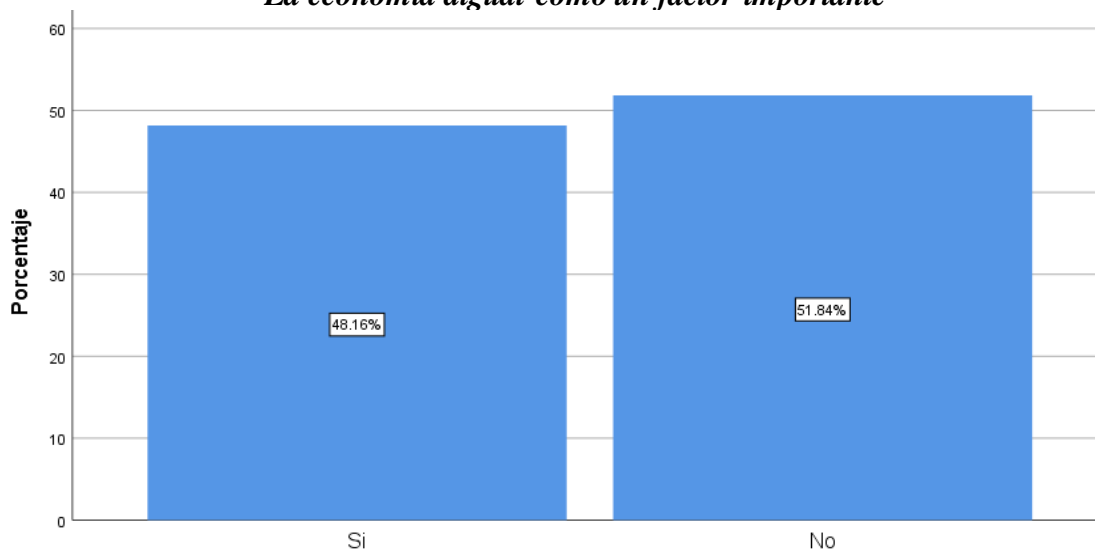
Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas sirvió para saber cuál es el nivel de conocimiento que existe sobre la economía digital en su mayoría fue nivel medio con un 44.79%.

2. ¿Considera a la economía digital como un factor importante dentro de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	157	48.2	48.2	48.2
	No	169	51.8	51.8	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #2

La economía digital como un factor importante



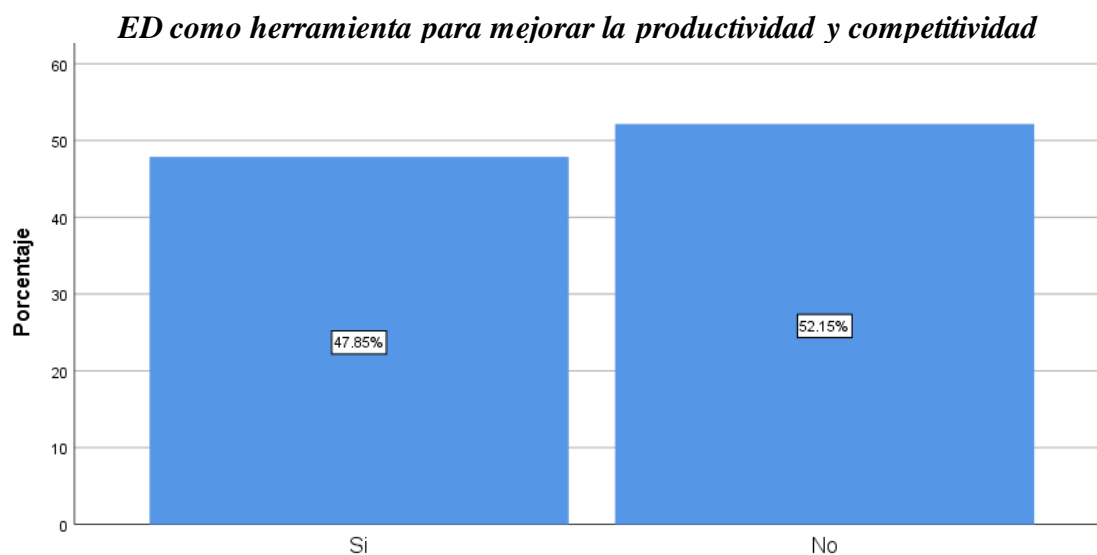
Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas no consideran que la economía digital como un factor importante dentro de su empresa con un 51.84%.

3. ¿Considera a la Economía Digital como herramienta para mejorar la productividad y competitividad de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	156	47.9	47.9	47.9
	No	170	52.1	52.1	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #3



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

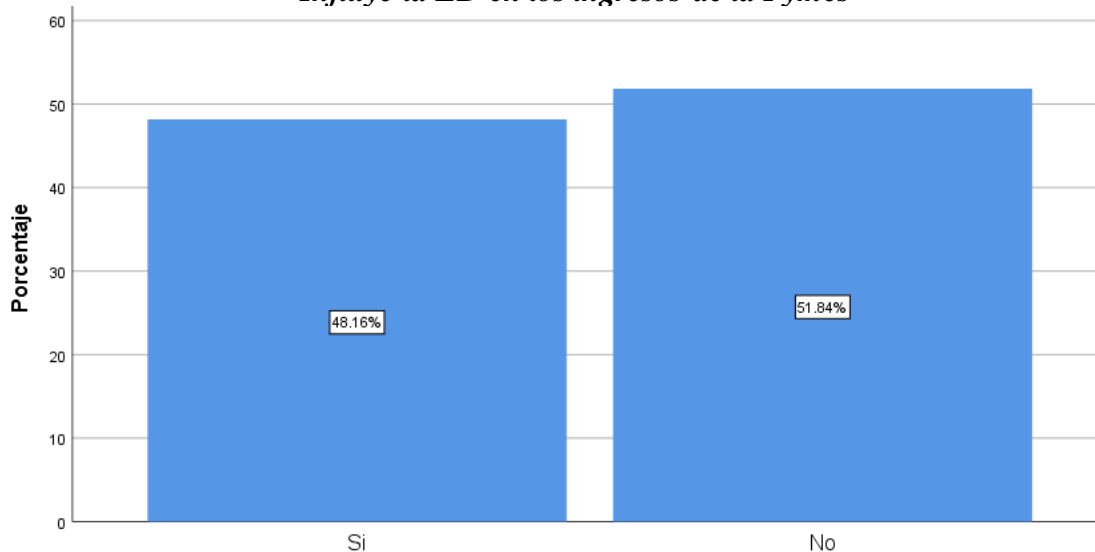
Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas no consideran la economía digital con un 52.15% como herramienta para mejorar la productividad y competitividad de su empresa, dado a la falta de información que existe.

4. ¿Considera que la incorporación de la economía digital influye positivamente en sus ingresos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	157	48.2	48.2	48.2
	No	169	51.8	51.8	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #4

Influye la ED en los ingresos de la Pymes



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

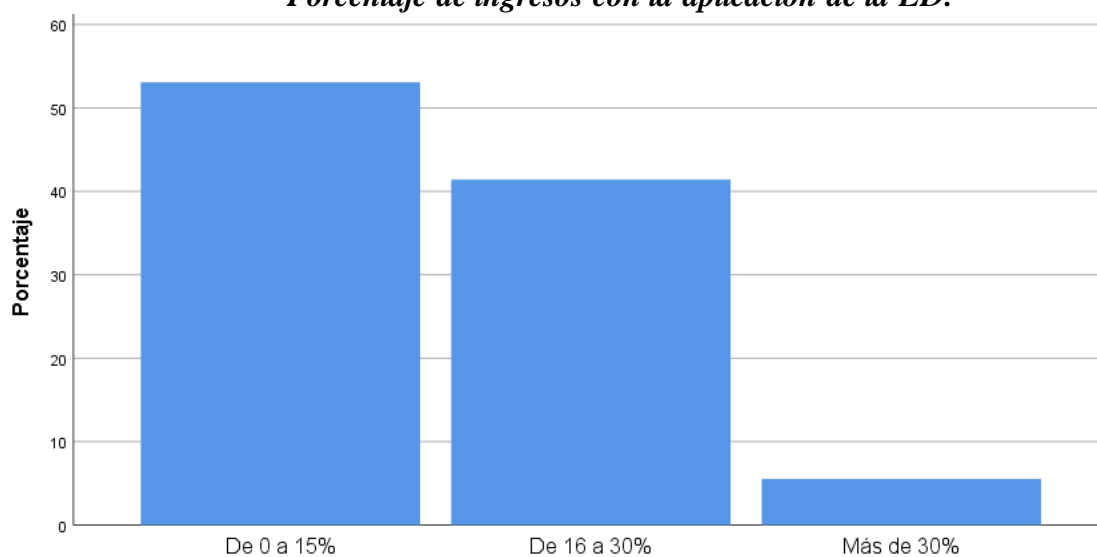
Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas vemos que más del 50% no notan que la economía digital influye positivamente en sus ingresos.

5. ¿Cuál es el porcentaje de aumento de sus ingresos con la aplicación de la economía digital?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 0 a 15%	173	53.1	53.1	53.1
	De 16 a 30%	135	41.4	41.4	94.5
	Más de 30%	18	5.5	5.5	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #5

Porcentaje de ingresos con la aplicación de la ED.



Fuente: *Pymes de la ciudad de Machala*

Elaboración: *Autores*

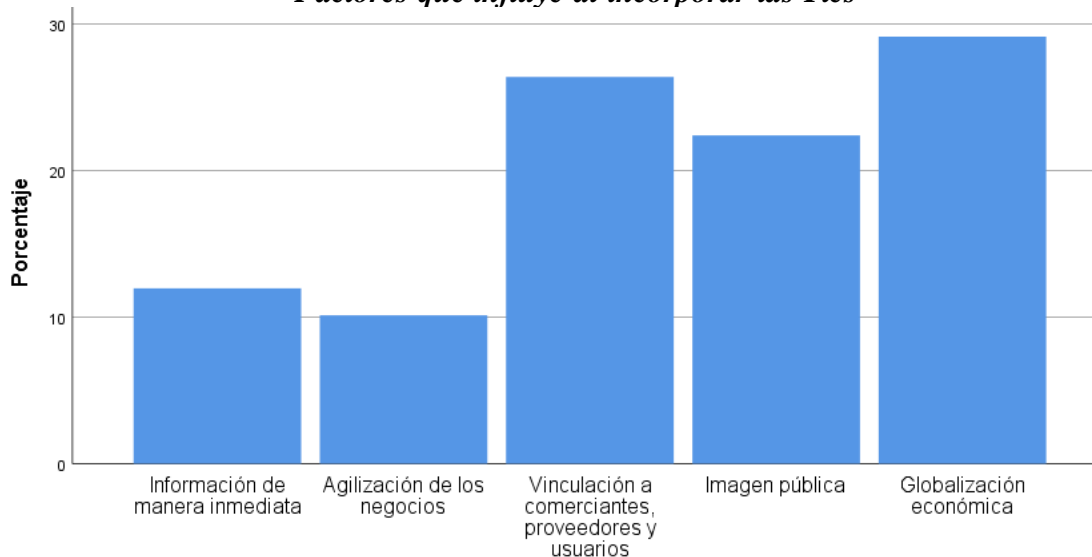
Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas notaron un aumento de ingresos aplicando la economía digital, que en tiempos de pandemia se vio impulsada por que necesitaban producir y vender en su mayoría del 0 al 15% de sus ganancias, pero pocas supieron aprovechar al máximo que solo el 5.52% genero más del 30% de sus ganancias.

6. ¿Cuál es el factor que más influye al incorporar las Tics en las empresas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Información de manera inmediata	39	12.0	12.0	12.0
	Agilización de los negocios	33	10.1	10.1	22.1
	Vinculación a comerciantes, proveedores y usuarios	86	26.4	26.4	48.5
	Imagen pública	73	22.4	22.4	70.9
	Globalización económica	95	29.1	29.1	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #6

Factores que influye al incorporar las Tics



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala

Elaboración; Autores

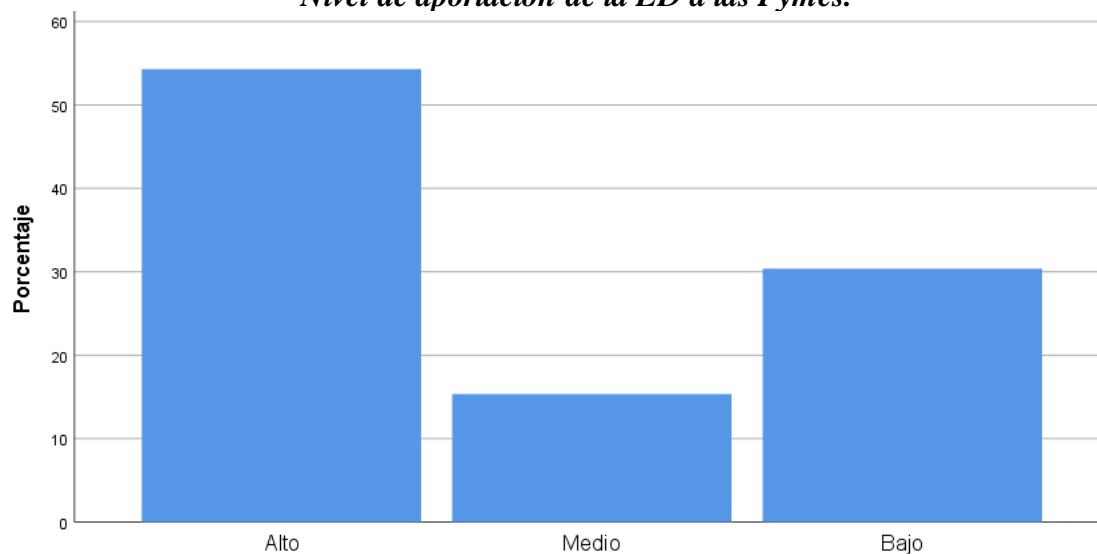
Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas se interesan en incorporar las Tics que ofrece la economía digital por lo que buscan expandirse en otras palabras la globalización económica con un 29.14 y en su minoría por la agilización de los negocios con un 10.12%.

7. ¿Cuál considera usted que es el nivel de aportación de la Economía digital a las pymes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	177	54.3	54.3	54.3
	Medio	50	15.3	15.3	69.6
	Bajo	99	30.4	30.4	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #7

Nivel de aportación de la ED a las Pymes.



Fuente: *Pymes de la ciudad de Machala*
Elaboración; *Autores*

Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas consideran que la economía digital tiene un alto nivel de aportación en su mayoría con un 54.29%, por tanto, están conscientes que esta nueva economía si aportaría positivamente a su negocio.

8. ¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos y barreras, que enfrentan las empresas para alcanzar una evolución digital exitosa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desconfianza	60	18.4	18.4	18.4
	Brecha de conocimiento	147	45.1	45.1	63.5
	Presupuesto	45	13.8	13.8	77.3
	Falta de mentalidad	41	12.6	12.6	89.9
	Falta de capital	33	10.1	10.1	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #8
Principales desafíos y barreras al aplicar la ED.



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala

Elaboración: Autores

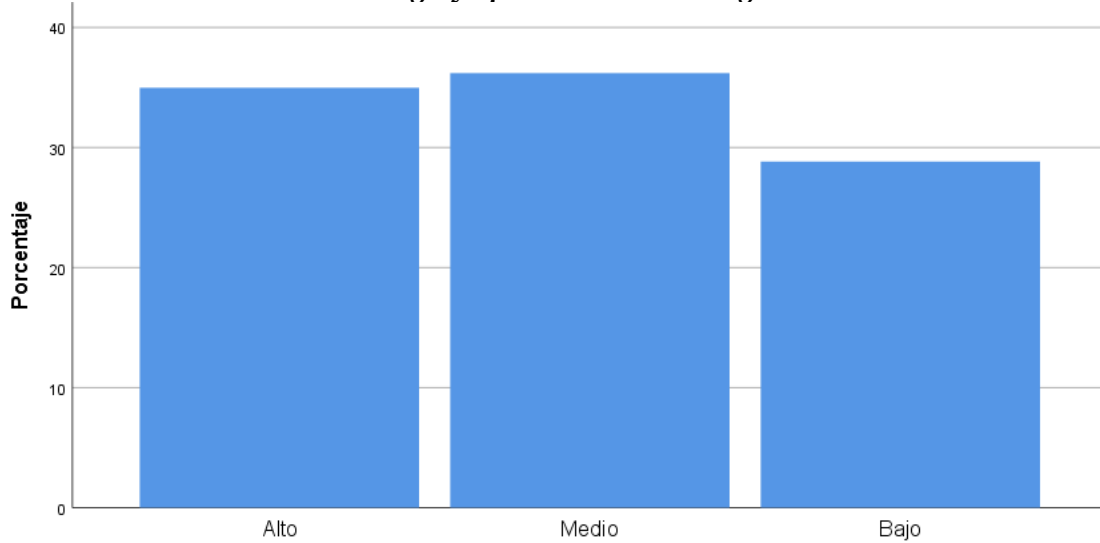
Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas consideran en su mayoría que los principales desafíos y barreras tiene que ver con la brecha de conocimiento a la cual desconocen como en realiza funciona la economía digital con un 45.09% siguiéndole con un 18.40 % la desconfianza dada por la falta de información.

9. ¿Cuál considera usted que es el nivel de riesgo y oportunidad de la digitalización para su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	114	35.0	35.0	35.0
	Medio	118	36.2	36.2	71.2
	Bajo	94	28.8	28.8	100.0
	Total	326	100.0	100.0	

Gráfico #9

Nivel de riesgo y oportunidad de la digitalización



Fuente: Pymes de la ciudad de Machala
Elaboración; Autores

Según la pregunta planteada en la encuesta realizada a las Pymes se puede observar que las antes mencionadas consideran un nivel medio de riesgo y oportunidad de ingresar a la digitalización de su negocio en su mayoría con un 36.20% siguiéndole nivel alto con un 34.97%.