



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA FORTALECER LA GESTIÓN Y
COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS DE LA
PARROQUIA EL CAMBIO DE LA CIUDAD DE MACHALA**

**INFANTE GUAMAN RODISON RICARDO
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA FORTALECER LA GESTIÓN
Y COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS
DE LA PARROQUIA EL CAMBIO DE LA
CIUDAD DE MACHALA**

**INFANTE GUAMAN RODISON RICARDO
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA FORTALECER LA
GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO
EMPRESAS DE LA PARROQUIA EL CAMBIO DE LA
CIUDAD DE MACHALA**

**INFANTE GUAMAN RODISON RICARDO
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

SANCHEZ CABRERA LIANA CAROLA

**MACHALA
2024**

TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA FORTALECER LA GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS DE LA PARROQUIA EL CAMBIO DE LA CIUDAD DE MACHALA

por Rodison Ricardo Infante Guaman

Fecha de entrega: 10-ago-2024 10:22p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2430158923

Nombre del archivo: ROQUIA_EL_CAMBIO_DE_LA_CIUDAD_DE_MACHALA_-_RODINSON_INFANTE.docx (217.85K)

Total de palabras: 13288

Total de caracteres: 79901

TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA FORTALECER LA GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS DE LA PARROQUIA EL CAMBIO DE LA CIUDAD DE MACHALA

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1 www.cepal.org Fuente de Internet 1%

2 dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet 1%

3 www.intedya.com Fuente de Internet 1%

4 www.eco.unc.edu.ar Fuente de Internet 1%

5 upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet 1%

6 Submitted to consultoriadeserviciosformativos Trabajo del estudiante 1%

7 consultoriaempresarialenlinea.blogspot.com Fuente de Internet 1%

8	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC	1 %
	Trabajo del estudiante	
9	repositorio.espam.edu.ec	1 %
	Fuente de Internet	
10	repositorio.unsa.edu.pe	1 %
	Fuente de Internet	
11	Submitted to Universidad Privada del Norte	1 %
	Trabajo del estudiante	
12	revistainnovaitfip.com	1 %
	Fuente de Internet	

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

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

El que suscribe, INFANTE GUAMAN RODISON RICARDO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado **TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA FORTALECER LA GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS DE LA PARROQUIA EL CAMBIO DE LA CIUDAD DE MACHALA**, otorga 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 tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara 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.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume 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.



INFANTE GUAMAN RODISON RICARDO

0706328853

DEDICATORIA

Quiero dedicar esto a quienes han sido pilar fundamental en este camino:

A Dios.

A mi tía Elicia Infante quien me apoyo desde mis primeros pasos en los estudios.

A mi padre Francisco Infante quien ahora se encuentra delicado de salud el cual espero se recupere pronto, te amo papa.

A mis hermanos y primos que siempre me han apoyado.

Rodison Ricardo Infante Guaman

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a mi Dios y cada miembro principal que se encuentra en mi entorno más cercano, las cuales sus palabras y consejos me han guiado siempre por el camino del bien.

Agradezco al **Dr. Oscar Mauricio Romero** por su excelente labor como docente y guía en nuestra última etapa en el proceso y terminación del proyecto de titulación y también al **Ing. Vinicio Mora** y **Dra. Liana Sánchez** por orientarme para llevar a cabo mi trabajo de manera precisa y clara.

Finalmente agradezco a cada docente que desde el primer semestre nos guiaron y nos impartieron el conociendo sobre la administracion de empresas los cuales nos harán crecer profesionalmente.

Rodison Ricardo Infante Guaman

CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
Introducción	8
Capítulo I : Planteamiento del problema	9
Título del proyecto o tema de investigación	9
Tecnologías digitales para fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio de la ciudad de Machala.	9
El objeto de la investigación	9
Problema de la investigación	9
Justificación	10
Objetivos de la investigación	11
<i>Objetivos general</i>	11
<i>Objetivos específicos</i>	11
Capitulo II : Desarrollo del proyecto	12
Marco teórico y/o conceptual (sistema de citación y referencialidad)	12
Antecedentes	12
Tecnologías digitales	13
Gestión y competitividad de las empresas	14
Gestión.....	14
Competitividad	15
Empresas digitales	15
Impacto de las tecnologías digitales en las pequeñas y microempresas	17
Importancia de la micro, pequeñas empresas en el desarrollo del país	18
Desafíos y barreras para la adopción de tecnologías digitales	19
Estrategias de marketing digital para las pequeñas y micro empresas	20
Modelos estratégicos	20
Seguridad digital y protección de datos	20
Ventajas para la organización.....	21
Ventajas para los clientes	21
Ventajas para el mercado.....	21
Efectos socioeconómicos de la adopción de tecnologías digitales:	22
La postpandemia: Nueva realidad y cambio estructural	22

Perspectivas futuras de la tecnología digital	23
Capítulo III: Metodología del proyecto.....	25
Diseño de investigación.....	25
Tipos de investigación.....	25
Investigación correlacional	25
Investigación descriptiva.....	25
Investigación explicativa	26
Nivel de investigación	27
Diseño de investigación.....	27
Métodos de investigación.....	28
Instrumentos de recolección de datos.....	29
Población universo	29
Población objeto de estudio.....	29
Tamaño de la muestra	30
Técnicas de recolección de datos.....	31
Análisis de Resultados	31
Presentación e interpretación de resultados	32
Capítulo IV: Resultados y discusión.....	49
Análisis de resultados (más relevantes).....	49
Contrastación teórica de resultados	51
Propuesta integradora	53
Objetivos de la propuesta	53
Valoración de la factibilidad:.....	55
Dimensión técnica.....	55
Dimensión económica.....	55
Dimensión social	55
Dimensión ambiental.....	55
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones	56
Conclusiones	56
Recomendaciones	56
Referencias	58
Anexos	64

RESUMEN

En la Parroquia El Cambio de Machala, las pequeñas y microempresas enfrentan desafíos relacionados con la baja adopción de tecnologías digitales, lo que afecta su gestión y competitividad. Este estudio busca justificar la necesidad de fortalecer estas empresas mediante la incorporación de herramientas tecnológicas que promuevan el desarrollo económico local.

El objetivo principal del proyecto es mejorar la gestión y competitividad de estas empresas a través del uso de tecnologías digitales. Para ello, se plantean objetivos específicos como identificar las necesidades tecnológicas de las empresas, desarrollar estrategias para su implementación y establecer sistemas de gestión digital efectivos.

La metodología empleada incluye una investigación correlacional, descriptiva y explicativa, con un diseño no experimental y el uso de métodos cuantitativos. Los resultados obtenidos demuestran que la adopción de tecnologías digitales puede mejorar significativamente la eficiencia operativa, la toma de decisiones, la competitividad, el servicio al cliente y la reducción de costos. Además, se observa una actitud positiva hacia la digitalización y una cultura organizacional favorable para su implementación.

Palabras claves: Tecnologías digitales, adopción tecnológica, competitividad ,gestión empresarial, pequeñas y microempresas.

ABSTRACT

In the El Cambio Parish of Machala, small and micro-enterprises face challenges related to the low adoption of digital technologies, which affects their management and competitiveness. This study seeks to justify the need to strengthen these companies by incorporating technological tools that promote local economic development.

The main objective of the project is to improve the management and competitiveness of these companies through the use of digital technologies. To this end, specific objectives are proposed, such as identifying the technological needs of companies, developing strategies for their implementation, and establishing effective digital management systems.

The methodology used includes correlational, descriptive, and explanatory research, with a non-experimental design and the use of quantitative methods. The results obtained demonstrate that the adoption of digital technologies can significantly improve operational efficiency, decision-making, competitiveness, customer service, and cost reduction. In addition, a positive attitude towards digitalization and a favorable organizational culture for its implementation are observed.

Keywords: Digital technologies, technological adoption, competitiveness, business management, small and micro-enterprises.

Introducción

La presente investigación hace referencia a la Parroquia El Cambio, situada en la Ciudad de Machala, el cual es un escenario en constante transformación, en el que las pequeñas y micro empresas desempeñan un papel esencial en la economía local. En este contexto dinámico, la adopción de tecnologías digitales se ha vuelto crucial para fortalecer la gestión y mejorar la competitividad de estas organizaciones.

También exploraremos cómo las tecnologías digitales cambiarán la forma en que las pequeñas y micro empresas en la Parroquia El Cambio operarán y competirán, impulsando así el desarrollo económico y empresarial de esta comunidad.

De acuerdo con Haro-Sarango (2021) el marketing en línea se ha convertido en una herramienta crucial para muchas empresas en este campo, permitiéndoles mantenerse a flote durante períodos de restricciones. A nivel mundial, el uso de tecnologías sigue en aumento. En 2019, con una población global de 7.400 millones, el número total de suscripciones a servicios telefónicos alcanzó los 7.700 millones, superando la cantidad de habitantes. Esto brinda a las empresas una oportunidad excepcional para adentrarse en los mercados digitales, con el propósito de proteger su gestión económica, operativa y financiera durante y después de la crisis derivada de la paralización económica.

Desde el punto de vista de Batista-Castillo y Guacari-Villalba (2018) afirma que la competitividad empresarial está relacionada con la capacidad de las empresas para optimizar sus procesos, minimizar sus costos de operación y la producción y comercializar productos y servicios de excelente calidad que generen valor a sus clientes.

Por lo contrario Zavala-Choez y Vélez-Moreira (2020) la gestión de la calidad se ha vuelto esencial para las empresas al adaptarse a las necesidades de cada una, esta herramienta conduce al logro de

los objetivos de satisfacer las demandas de los clientes y desempeña un papel fundamental en el mantenimiento de la organización en el mercado empresarial.

Capítulo I : Planteamiento del problema

Título del proyecto o tema de investigación

Tecnologías digitales para fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio de la ciudad de Machala.

El objeto de la investigación

Para el desarrollo de la investigación según Álvarez-González y Labrada-Díaz (2020) “el objeto de investigación es fundamental, ya que determina lo que se desea conocer y está estrechamente relacionado con el tema de la investigación, el cual define las cuestiones específicas a desarrollar y establece los límites de la tarea”. (p. 10)

Con base en Silber (2007) “el objetivo principal de la indagación es profundizar en el recorrido histórico de las tendencias pedagógicas que intentaron marcar los rumbos formativos, reconociendo los caracteres que adquirieron en los diferentes períodos institucionales”. (p. 1)

El propósito principal de esta investigación es abordar de manera exhaustiva la búsqueda para fortalecer la gestión y competitividad al incorporar tecnologías digitales en las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio de la ciudad de Machala, involucrando todas las etapas, desde la evaluación de sus requerimientos hasta la aportación en la formulación de políticas que estimulen su adopción y la mejora.

Problema de la investigación

Desde el punto de vista de Tantaleán-Odar (2019) “el punto de partida para que un problema siga adelante es que sea viable y susceptible de ser estudiado, quiere decir que su estudio por las

circunstancias que lo rodean es probable de poderse llevar a cabo”.

Según Espinoza-Freir (2018) “el problema debe ser bien delimitado y preciso, además de otras condiciones que debe cumplir, tales como, su objetividad, factibilidad y que pueda ser comprobado en la práctica”. (p. 31)

La problemática en cuestión se centraliza en las pequeñas y micro empresas ubicadas en la Parroquia El Cambio de la Ciudad de Machala, los cuales enfrentan desafíos considerables en cuanto a su capacidad de gestión y competitividad. Estos desafíos surgen debido a la falta de adopción y aprovechamiento efectivo de las tecnologías digitales en sus actividades. Como resultado, experimentan limitaciones en su eficiencia operativa, dificultades para ampliar sus mercados y se ven en desventaja en comparación con otros competidores en un entorno empresarial cada vez más orientado a la digitalización.

Esta problemática representa un obstáculo significativo para el crecimiento y el desarrollo sostenible para las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio. Por lo tanto, es fundamental abordar este desafío y encontrar soluciones adecuadas que les permitan aprovechar plenamente el potencial de las tecnologías digitales en su sector.

Justificación

Ramos Montiel et al., (2019) , piensan que fundamentar una investigación implica exponer las motivaciones detrás de su realización. Todo estudio debe contar con un propósito claro y argumentar la conveniencia de llevarlo a cabo, así como los potenciales beneficios que se esperan obtener a través del conocimiento adquirido.

Para Sabaj-Meruane y Landea-Balin (2012), la justificación es una operación racional que fundamenta nuestros actos, creencias y conocimientos. Debido a su estrecha relación con el conocimiento, el estudio de la justificación ha tenido un papel central en la filosofía de la ciencia.

El trabajo se justifica debido a la necesidad de fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio de la Ciudad de Machala mediante la incorporación de tecnologías digitales. Este enfoque es esencial para estimular el desarrollo económico en la zona, elevar el nivel de vida de la comunidad y garantizar que estas organizaciones se mantengan pertinentes en un entorno empresarial que evoluciona hacia la digitalización.

Objetivos de la investigación

Objetivos general

De acuerdo con Tapia *et al.*, (2019) el objetivo general “determina los alcances del estudio y expresa la acción que responderá globalmente la pregunta de investigación”. (p. 39)

1. Implantar estrategias y herramientas tecnológicas que permitan mejorar la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.

Objetivos específicos

Según Otero-Iglesias *et al.*, (2006) determina que los “objetivos específicos por su parte, sintetizan, precisamente, la forma en que se alcanzan los objetivos generales y se dice que constituyen las guías para la acción pues permiten delimitar los métodos que se emplearan para conseguirlos”. (p. 8)

1. Identificar las necesidades y desafíos actuales de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.
2. Establecer estrategias y soluciones específicas utilizando tecnologías digitales para fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.
3. Implementar sistemas de gestión digital para las pequeñas y microempresas de la parroquia El Cambio.

Capítulo II : Desarrollo del proyecto

Marco teórico y/o conceptual (sistema de citación y referencialidad)

Antecedentes

De acuerdo a Ayestarán (2016) estamos viviendo una nueva era de revolución industrial conocida como la revolución digital, que está cambiando desde los hábitos personales hasta la manera de hacer negocios. Los clientes están evolucionando hacia nuevas formas de interacción y comunicación, y sus expectativas y capacidad de influencia están creciendo de manera rápida y exponencial, lo que genera nuevas necesidades y patrones de consumo. Las empresas, para adaptarse a una demanda en constante evolución y cada vez más exigente, están implementando nuevas tecnologías, modificando sus metodologías de trabajo y buscando nuevas habilidades y talentos, con el objetivo de ofrecer una propuesta de valor que combine diferenciación, eficiencia y reputación.

Bernal-Jiménez y Rodríguez-Ibarra (2019) señalan que debido a la globalización las empresas se ven obligadas a aumentar su competitividad, entendida como la capacidad de generar productos o servicios con calidad y eficiencia a nivel nacional e internacional. Para lograr la competitividad empresarial, las empresas implementan diversas estrategias para mejorar su productividad y optimizar sus procesos.

Para Álvarez y Toledo (2022) en términos sencillos, la digitalización consiste en convertir la información a un formato de bits (digital), en lugar de utilizar un formato analógico o físico. Transformar la información a un formato digital, por sí misma, no supone necesariamente una modificación significativa en la manera en que las empresas funcionan. Sin embargo, la digitalización, combinada con el aumento de la conectividad y la accesibilidad de la información, posibilita el desarrollo y la implementación de tecnologías digitales en los procesos empresariales,

lo que puede revolucionar la forma en que estas operan.

Según Bernal-Jiménez y Rodríguez-Ibarra (2019) las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son fundamentales para acceder, almacenar y compartir información, y se han integrado ampliamente en sectores como la educación, la salud, el turismo, y grandes corporaciones nacionales e internacionales. Asimismo, las TIC mejoran las actividades diarias y se utilizan en medios como la radio, la televisión y la prensa escrita. Con el avance tecnológico, han aparecido nuevos medios de información, destacando internet, lo cual ha permitido el desarrollo de aplicaciones populares como el correo electrónico, las redes sociales y la mensajería instantánea.

Tecnologías digitales

La tecnología digital según Delgado-Fernández (2021) se está volviendo un tema de creciente interés no solo en círculos científicos, sino también en las operaciones empresariales, las cuales se ven influenciadas por tecnologías innovadoras, cambios en los modelos de negocio a lo largo de la cadena de valor y las necesidades específicas de los usuarios en una era de alta conectividad.

Mahou-Fernández y Díaz-Pérez de Lama (2018) señalan que, sin importar su tamaño, las empresas deben adoptar una nueva estrategia digital para responder a las cambiantes expectativas de los clientes, aumentar su eficiencia y productividad frente a la competencia actual, y mejorar sus competencias digitales para defenderse de la entrada de nuevos rivales, especialmente aquellos con una sólida presencia digital. Esto no solo se refiere a la implementación de tecnología digital en las operaciones, sino que también requiere una transformación en la cultura organizacional y en la manera en que los empleados llevan a cabo sus labores.

Según Medina-Chicaiza *et al.*, (2022) la transformación digital implica la incorporación de tecnologías emergentes junto con un cambio en la mentalidad hacia la innovación y la adaptación,

es decir, estar dispuesto y motivado a la transición digital. A medida que las organizaciones alcanzan un mayor nivel de madurez digital, estarán mejor preparadas para satisfacer las demandas actuales y futuras de los clientes. Aunque la digitalización ofrece beneficios significativos, también presenta desafíos, como la resistencia al cambio en un entorno digital por parte de los empleados, además de la exposición a posibles ataques cibernéticos. Por lo tanto, el éxito empresarial depende de una implementación adecuada del proceso de transformación digital.

Gestión y competitividad de las empresas

Gestión

Desde el punto de vista de Julio-Quintana (2020) la gestión es un concepto clave que abarca todo el conjunto de conocimientos sobre la ciencia administrativa. A través de ella, se lleva a cabo no solo la administración y el cumplimiento de las cuatro fases del proceso administrativo definido por Henry Fayol, sino que también se incorporan otros elementos para alcanzar los objetivos propuestos. Esto incluye la estrategia, una visión de futuro mediante la misión y visión, la comprensión del presente considerando las influencias del entorno y el contexto, así como la proyección de diversos escenarios futuros. Este enfoque integral de conocimiento y acción se conoce como gerenciamiento o management, un término que refleja el desempeño, conocimiento y experiencia de quienes dirigen una empresa. Estos deben poseer estas virtudes esenciales para ser profesionales en el ámbito de los negocios y las empresas.

Según Suárez-Espinar (2018), la administración empresarial es un elemento crucial para el avance económico dentro del entramado empresarial, ya que impulsa la dinámica de la economía de mercado. Esta dinámica asegura que la oferta satisfaga la demanda en diversas actividades productivas, al mismo tiempo que fomenta la implementación de procesos que redunden en la reducción constante de costos, en última instancia beneficiando al consumidor.

Beltrán-Mora et al., (2019) explican que la administración empresarial se enfoca en identificar y decidir las estrategias que promuevan el crecimiento de las empresas, preparándolas para enfrentar los desafíos de la competitividad actual y garantizar su supervivencia en un entorno globalizado. En el ámbito del mercadeo, se destaca la importancia creciente de enfocarse en la experiencia del cliente como una de las principales tendencias de gestión empresarial.

Competitividad

De acuerdo a Batista-Castillo y Guacari-Villalba (2018) la competitividad y la gestión empresarial son fundamentales para la administración efectiva de cualquier negocio o empresa. Estos factores, que se consideran complementarios, desempeñan un rol vital en garantizar la supervivencia de una organización en un entorno que cambia continuamente y presenta nuevos retos. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) enfrentan constantemente estos desafíos, lo que requiere una mejora constante en todos los procesos de gestión empresarial. Dichos procesos influyen directa o indirectamente en el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales, así como en su competitividad.

Empresas digitales

De acuerdo a Romero-Restrepo (2022) el vertiginoso incremento en el uso de diversas tecnologías, impulsado por la revolución tecnológica y la globalización, ha tenido un impacto notable en las empresas. Esta situación ha provocado que las organizaciones adopten un enfoque más creativo e innovador, lo que ha generado un valor agregado superior en sus productos y servicios. Como resultado, muchas empresas han dejado atrás el paradigma tradicional de competitividad y han optado por estrategias que incorporan la innovación tecnológica como un elemento clave para su inserción en el mercado. Así, la tecnología se convierte en una herramienta esencial que permite a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y desarrollar nuevas estrategias

para mantener su competitividad.

Para Romero-Restrepo (2022) entender la competitividad empresarial implica considerar la innovación tecnológica. Esta consiste en la introducción de sistemas y tecnologías de información y producción, lo que simplifica la planificación, promueve el avance y la ejecución de los programas de producción, y fomenta la supervisión de los procesos y productos.

Campos-Sánchez et al., (2021) mencionan que una empresa digital se caracteriza por aprovechar la tecnología en sus procesos internos y externos. La disponibilidad generalizada de Internet ha revolucionado la infraestructura y el funcionamiento empresarial, transformando la manera en que las organizaciones llevan a cabo sus actividades diarias. Este cambio ha permitido maximizar los beneficios de los datos y las estrategias tecnológicas.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Madrid (2019) entre las ventajas con las que cuentan los empresas digitales tenemos según lo que mencionan Campos-Sánchez et al., (2021).

Tabla 1 las ventajas de las empresas de acuerdo a la Cámara de Comercio de Madrid

VENTAJAS	DESCRIPCION
Reducción de barreras	En la actualidad, cualquier emprendedor tiene la posibilidad de iniciar su propio empresa utilizando Internet desde su hogar, lo que conlleva costos más bajos, prescindiendo de la obligación de realizar inversiones elevadas y riesgosas.
Ampliación de mercado	El acceso a posibles mercados se ve beneficiado por internet, haciendo que la expansión internacional de un negocio sea menos complicada que en épocas anteriores.

<p>Identificación de nuevas necesidades</p>	<p>Debido al avance de las tecnologías de la información y la comunicación, surgen necesidades adicionales. Un ejemplo evidente es la posibilidad actual de comercializar una variada selección de productos digitales, algo inimaginable en épocas anteriores.</p>
<p>Mejor conocimiento de los clientes</p>	<p>Es factible adquirir información concreta acerca del comportamiento de clientes y visitantes, y aplicar la automatización en procedimientos para dirigir de manera eficiente los esfuerzos hacia la atracción de posibles clientes.</p>
<p>Trabajo a distancia</p>	<p>Los emprendedores digitales actuales no están obligados a estar físicamente presentes para llevar a cabo sus labores. Pueden emplear herramientas tecnológicas en la nube que posibilitan compartir información con su equipo y proveedores, facilitando así las acciones necesarias para iniciar y dirigir su negocio en línea.</p>

Impacto de las tecnologías digitales en las pequeñas y microempresas

Desde el punto de vista de García (2019) las tecnologías emergentes están desencadenando cambios profundos en el mundo, la sociedad y la economía en su conjunto. Estas transformaciones impactan las cadenas de valor, la producción y el comercio, lo que demanda nuevas habilidades y reglas de competencia. Además, están revolucionando la creación de valor y reduciendo significativamente los costos relacionados con la recopilación y almacenamiento de datos. También están alterando los patrones comerciales tanto a nivel nacional como internacional. Indudablemente, estos cambios requerirán ajustes en los marcos legales actuales en diversas áreas. Como señala García (2019) deduce que a medida que las nuevas tecnologías reducen la relevancia de la infraestructura física, los países en desarrollo podrían ganar una ventaja comparativa en los

sectores más afectados por la transición del comercio físico al digital. Además, a medida que las economías avanzadas se especializan en la producción de tecnología de punta, las economías en desarrollo podrían incursionar en nuevos sectores previamente abandonados por las primeras.

Por lo tanto, de acuerdo a García (2019) las innovaciones tecnológicas no solo modifican la estructura del comercio, sino que también facilitan el crecimiento del comercio de servicios al posibilitar el suministro electrónico y la compra en línea a través de las fronteras. Esto conlleva a la generación de nuevos servicios, transformando la naturaleza de los bienes hacia servicios y adaptándose a la demanda de valor del consumidor. Se anticipa un aumento en la importancia del comercio de servicios, estimándose que su participación en el comercio total aumentará del 21% al 25% para el año 2030.

Importancia de la micro, pequeñas empresas en el desarrollo del país

Citando a Barrientos-Felipa (2017) describe que el internet se ha integrado en la vida cotidiana de las personas; a medida que sus costos han disminuido, el acceso ha aumentado. Esto ofrece a las empresas una nueva oportunidad para optimizar sus operaciones. La omnipresencia del internet elimina barreras geográficas, consolidándose como la principal herramienta de comunicación, ya sea desde el hogar, el trabajo o dispositivos móviles. Asimismo, ha facilitado la aparición de las redes sociales, afectando la velocidad con la que los consumidores cambian sus hábitos de consumo. Como resultado, esto presenta un riesgo particular para las empresas: los consumidores se han vuelto más inconstantes debido a la abundancia de información que reciben.

La importancia de acuerdo con Tello-Cabello (2014) se puede observar desde distintos puntos de vista. Este tipo de negocio es una de las principales generadoras de empleo. Su importancia reside en su capacidad para fomentar el empleo, ya que solo requiere una inversión inicial y permite la participación de personas con recursos limitados. Esto crea oportunidades para quienes están

desempleados y tienen pocos recursos, permitiéndoles establecer sus propias fuentes de trabajo y apoyar el crecimiento de grandes empresas. Fomentar las pequeñas empresas estimula la creación de empleo y la innovación mediante la oferta de capacitación, acceso a crédito y regulaciones favorables. Es un error pensar que las pequeñas empresas son exclusivas de países en desarrollo o del Tercer Mundo.

Desafíos y barreras para la adopción de tecnologías digitales

La introducción de las TIC en el control administrativo y financiero de las empresas según Nagel (2012) nos permite incrementar la eficiencia, reducir costos e introducir certeza en las decisiones. Del mismo modo, utilizar tecnologías productivas con base digital contribuye al uso racional de los recursos, a mayores rentabilidades y a aumentos de productividad.

En las estrategias de fomento es fundamental considerar el doble objetivo de inclusión digital e incremento de la competitividad de las empresas.

Nagel (2012) considera que la introducción de las tecnologías de la información y comunicación parece implicar gastos adicionales a medida que progresa hacia fases más complejas. La utilización básica de las TIC demanda recursos relativamente reducidos; la integración de aplicaciones para la gestión conlleva requisitos de recursos más elevados, especialmente en etapas más avanzadas. Finalmente, en una dimensión de sostenibilidad, la adopción de las TIC es clave para enfrentar las consecuencias del cambio.

De acuerdo a Maliqueo-Pérez et al., (2021) los principales barreras para innovar en la transformación digital:

- 1.** Falta de aprendizaje y conocimientos en innovación y transformación digital.
- 2.** La cultura organizacional no facilita la innovación.
- 3.** Problemas de financiamiento.

Estrategias de marketing digital para las pequeñas y micro empresas

Según Perdigón-Llanes et al., (2018) recomienda que para garantizar la retención del interés del cliente, es esencial establecer una relación sólida con él y ofrecer servicios que lo motiven a visitar el sitio web con regularidad y realizar compras. Dada la importancia de los negocios en línea para las empresas, la implementación de estrategias efectivas de marketing digital es fundamental.

Modelos estratégicos

Echeverría-Olaya (2016) propone 5 modelos de estrategias de marketing para estos negocios:

Establecimientos "ancla": Incrementar las visitas al sitio mediante la apertura de más ubicaciones estratégicas que capturen la atención de los consumidores.

Inteligencia Comercial: Construir la oferta de servicios, colaborar en innovaciones internas y compartir conocimientos con otras empresas, además de establecer alianzas comerciales.

Marketing "Boca a Boca": Aunque sea una estrategia antigua, el marketing de recomendación sigue siendo eficaz para socializar los beneficios de un establecimiento, siendo el testimonio de un cliente satisfecho una herramienta poderosa.

Ganar-Ganar: Implementar una estrategia donde tanto el establecimiento como la plataforma web que lo promociona obtengan beneficios mutuos. Optimizar los detalles para maximizar los resultados y consolidar el liderazgo en el mercado.

Socialización: Dada la falta de conocimiento sobre el uso del e-Marketplace por parte de encuestados y empleados, es esencial llevar a cabo una socialización constante de las estrategias de marketing. Los propietarios deben capacitar a sus empleados para garantizar la excelencia en el servicio.

Seguridad digital y protección de datos

Las principales ventajas de la adecuación a los requisitos de la normativa de protección de datos

según El Reglamento de Protección de datos (2018)

Ventajas para la organización

- Mejora en el control efectivo de la información personal manejada por la entidad.
- Fortalecimiento de la seguridad de los datos personales y de los sistemas de información utilizados en su procesamiento.
- Genera confianza entre los clientes y usuarios de la organización.
- Prevención de posibles sanciones por infringir la normativa legal.
- Facilita el establecimiento de directrices y medidas esenciales que directamente contribuyen a resguardar el activo más valioso de la empresa: su información.
- Incrementa la continuidad de las actividades organizativas.

Ventajas para los clientes

- Reforzamiento de la confianza del cliente en relación con el manejo de sus datos por parte de la entidad.
- Garantía de que sus datos son tratados con las medidas necesarias para preservar su confidencialidad e integridad.
- Seguridad en la certeza de que se respetan sus derechos respecto al tratamiento de sus datos, incluyendo el acceso, rectificación, cancelación u oposición.
- Percepción de que sus datos son tratados exclusivamente de acuerdo con sus necesidades e intereses, respetando su privacidad, honor e intimidad.

Ventajas para el mercado

La conformidad con las normativas de protección de datos resulta en empresas más competitivas, que consideran y adoptan las medidas necesarias para asegurar el adecuado manejo de los datos personales, con impactos positivos en la seguridad de su información, sistemas y la continuidad

de sus operaciones.

Efectos socioeconómicos de la adopción de tecnologías digitales:

La postpandemia: Nueva realidad y cambio estructural

De acuerdo a al informe de la Cepal (2020), la próxima demanda se centrará en canales en línea y se caracterizará por un incremento en la solicitud de educación en línea (cursos y contenidos en línea), servicios de salud electrónica (consultas y diagnósticos remotos), compras en línea, así como servicios de banca y seguros en línea y entretenimiento en línea.

Ante este aumento de la demanda, los países y el sector privado la Cepal (2020) sostiene que se debe mejorar la experiencia de compra, los canales de compra y atención al cliente en línea, los métodos de pago electrónicos, la protección de la privacidad de los datos y la seguridad digital.

En relación con la nueva oferta, se propone que esté basada en la flexibilidad, la proximidad local y la capacidad de respuesta. Para ello el Cepal (2020) considera que el desarrollo de nuevos productos y servicios, la flexibilización y ajuste de capacidades, la optimización del rendimiento, la inversión en investigación y desarrollo (I+D), así como la creación o renovación de habilidades.

Según Cepal (2020) propone un nuevo escenario que hará necesario reconfigurar los siguientes elementos:

- Patrones de inversión, incluido el desarrollo de redes 5G
- Cadenas de suministro: cercanía de los proveedores (regionalización)
- Plantas: automatización de procesos y adopción de tecnologías avanzadas
- Fabricación, diagnóstico y mantenimiento remotos: modelo híbrido con empleados que realicen su trabajo de manera presencial y a distancia
- Datos: mayor uso, macrodatos e inteligencia artificial

La sostenibilidad del desarrollo, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Cepal (2020) considera que se continuará estando intrínsecamente ligada a la productividad y al cambio estructural. La región se ve desafiada a evolucionar hacia sistemas productivos más variados, coherentes e interconectados, con el objetivo de elevar tanto la productividad como la inclusión productiva. Este cambio se reflejaría en un aumento significativo de los niveles de empleo y salarios.

En consonancia con la nueva realidad delineada por la Cepal (2020) anticipa una reconfiguración en el ámbito gubernamental. Los gobiernos deben intensificar sus esfuerzos en el ámbito del gobierno electrónico, abordando no solo la gestión sanitaria y socioeconómica de la pandemia, sino también la digitalización integral de los servicios públicos.

Perspectivas futuras de la tecnología digital

De acuerdo al informe de la Cepal (2021) afirma que en el transcurso de los últimos años, desde la Sexta Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe celebrada en Cartagena de Indias (Colombia) en abril de 2018, han cobrado relevancia en el ámbito digital temas que en ese momento se consideraban emergentes o poco desarrollados. Al mismo tiempo, la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) ha dejado un impacto económico y social sin precedentes en la región de América Latina y el Caribe. Se calcula que la economía regional experimentó una contracción aproximada del 7,7%, con una reducción del 13% en el valor de las exportaciones. La disminución de la demanda y la desaceleración de la oferta han resultado en el cierre de más de 2,7 millones de empresas, lo que ha generado un excedente de 18 millones de desempleados.

La difusión generalizada de los smartphones como señaló la Cepal (2021) ha posibilitado una conectividad omnipresente para una gran parte de la población, facilitando el acceso a información, redes sociales y contenido audiovisual. El avance rápido de la tecnología digital ha popularizado

el uso de dispositivos y aplicaciones que emplean la nube, análisis de datos masivos, blockchain e inteligencia artificial. Esta revolución tecnológica, junto con cambios en las estrategias empresariales digitales, ha conducido al surgimiento de plataformas globales, resultando en una concentración significativa de poder económico y político en un reducido número de corporaciones de las principales potencias mundiales, cuyo valor de mercado se acerca o supera el billón de dólares.

A pesar de los beneficios tecnológicos, la Cepal (2021) considera que este progreso ha tenido consecuencias socialmente negativas, incluyendo la exclusión de una parte significativa de la población mundial de los avances de la digitalización. Esto se debe principalmente a limitaciones económicas que impiden el acceso significativo a la conectividad, dispositivos, conexión fija en el hogar y la capacidad para un uso diario. Además, se destaca que, durante la pandemia, las tecnologías digitales han desempeñado un papel fundamental para hacer frente a sus efectos.

Capítulo III: Metodología del proyecto

Diseño de investigación

De acuerdo a lo que describe Monjarás Ávila et al., (2019) “los diseños de investigación son estrategias metodológicas para alcanzar propósitos investigativos, esto se refiere a la expresión de una planificación que comparte características en común”. (p. 119)

Tipos de investigación

Los tipos de investigación según Galarza (2020) se pretende atender las diversas necesidades que las personas tienen, abordando varios enfoques de investigación que van desde la exploración inicial hasta una comprensión detallada del fenómeno en estudio.

Investigación correlacional

De acuerdo a Naranjo (2018) los estudios correlacionales implican la medición de múltiples variables en los mismos sujetos para determinar si existe alguna relación entre ellas, seguido del análisis de dicha correlación. Su propósito principal radica en comprender cómo un concepto o variable puede comportarse en función del comportamiento de otras variables relacionadas, en la investigación sobre la implementación de tecnologías digitales en pequeñas y microempresas, la variable independiente sería la introducción y adopción de dichas tecnologías, mientras que la variable dependiente sería la gestión y competitividad de dichas empresas. Esto permite evaluar la eficiencia, efectividad y mejoría en los procesos empresariales.

Investigación descriptiva

Según Ochoa y Yunkor (2021) sugieren que la investigación descriptiva, dentro del ámbito cuantitativo, se centra en una única variable de interés. Dado su enfoque univariado, es esencial considerar los factores ambientales pertinentes, conocidos como factores de caracterización, los cuales están vinculados con la variable de interés y se derivan de la población en estudio. La

cantidad de estos factores depende de la habilidad del investigador, basada en su experiencia, y están fundamentados en planteamientos empíricos, dentro de la investigación el estudio descriptivo permitirá caracterizar una detallada situación de las pequeñas y micro empresas actualmente en la Parroquia El Cambio donde se identificará las necesidades específicas de estas organizaciones en términos de gestión y competitividad permitiendo obtener una comprensión profunda de las áreas en las que podrían beneficiarse de la implementación de tecnologías digitales, también se podrá examinar cómo las pequeñas y micro empresas en la Parroquia El Cambio han adoptado o no tecnologías digitales hasta el momento y la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos será un factor importante lo que significa que podría utilizar encuestas, entrevistas y análisis de datos para obtener una imagen completa de la situación.

Investigación explicativa

De acuerdo a Esteban-Nieto (2018) se sostiene que la investigación explicativa representa un nivel de análisis más sofisticado y minucioso que la investigación básica. Su propósito fundamental radica en validar hipótesis explicativas y en descubrir nuevas leyes científico-sociales, así como micro teorías sociales que den cuenta de las relaciones causales entre las propiedades o dimensiones de los fenómenos sociales, ya que dentro de la investigación se podría identificar las causas y efectos buscando identificar las causas de los desafíos en la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas, análisis de factores determinantes por que puede explorar factores como la infraestructura tecnológica, la capacitación del personal, la aceptación de la tecnología por parte de los propietarios y clientes, entre otros, y también los establecimiento de relaciones causales por que puede buscar establecer relaciones causales entre la adopción de tecnologías digitales y mejoras específicas en la gestión y competitividad de las organizaciones.

Nivel de investigación

Ochoa-Pachas y Yunkor-Romero (2022) sostienen que hay una escasez de estudios explicativos, y señalan que se ha observado un uso indebido de la correlación para explicar la influencia de una variable sobre otra. En lugar de eso, argumentan que la correlación debería emplearse únicamente para determinar si existe alguna relación entre las variables y la fuerza de esa relación., de acuerdo a lo mencionado se determina que el nivel de la investigación es explicativo, porque establecerá la implantación de estrategias y herramientas tecnológicas que permitirán la mejorara de la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.

Como mencionan Guevara Alban et al., (2020) “la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales”, de acuerdo a lo dicho se determina que el nivel de la investigación es descriptivo porque se describirá las necesidades y desafíos actuales de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.

Así mismo Guevara Alban et al., (2020) “indican que la investigación explicativa es aquella que tiene relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta precisar las causas del mismo”, y de acuerdo a lo descrito se concluye que el nivel de la investigación es explicativo porque establecerá estrategias y soluciones específicas utilizando tecnologías digitales para fortalecer la gestión y competitividad de las organizaciones analizadas, además de implementar sistemas de gestión digital para las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.

Diseño de investigación

De acuerdo Arispe Alburqueque et al., (2020) “un diseño de investigación no experimental es donde las variables no son intervenidas, sino que solo se observan de forma natural para luego llevar a cabo un análisis”, en la investigación sobre tecnologías digitales para fortalecer la gestión

y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio de la Ciudad de Machala, igualmente Cvetkovic-Vega et al., (2020) menciona que un “diseño transversal podría ser apropiado para obtener resultados de una situación actual” (p. 179), el cual nos ayudara a determinar el nivel de adopción y uso de tecnologías digitales en las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio y analizar cómo estas variables fortalecerán la gestión y competitividad.

Métodos de investigación

Desde el punto de vista de Gómez-Escalonilla (2021) los métodos de investigación son los procedimientos que siguen los investigadores para obtener los datos necesarios en su aproximación al objeto de estudio. Su importancia radica en que son la garantía de la científicidad. La aplicación más o menos estandarizada de esos modelos de actuación es lo que garantiza la validez científica del trabajo de investigación y, por consiguiente, del conocimiento que se obtiene, en la medida en que la ciencia, como dice Mario Bung.

El método que será utilizado en este proyecto es una investigación cuantitativa la cual ofrece la posibilidad de recabar datos numéricos y llevar a cabo análisis estadísticos que arrojen resultados imparciales y faciliten la extrapolación de los hallazgos. Al explorar el impacto de las tecnologías digitales en las empresas de la parroquia El Cambio, es crucial contar con información precisa respaldada por análisis estadísticos.

Los resultados obtenidos a partir de la investigación cuantitativa proporcionarán una base sólida para respaldar la toma de decisiones empresariales relacionadas con la implementación y utilización de tecnologías digitales. Al demostrar de manera cuantitativa los beneficios y el impacto de estas tecnologías, se podrá persuadir a empresarios y tomadores de decisiones sobre la importancia de invertir en ellas para mejorar la gestión y competitividad empresarial.

La metodología de investigación cualitativa según Guzmán (2021), implica un enfoque centrado

en el análisis de los fenómenos, examinando desde la perspectiva de los elementos presentes en el entorno y su relación con el contexto. Por lo tanto, esta metodología se selecciona cuando se busca comprender cómo los individuos experimentan los eventos y situaciones que les rodean, así como para profundizar en sus observaciones, interpretaciones y significados.

Instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos de acuerdo a (Hernandez Mendoza y Duana Avila, 2020) es considerada como la medición es una precondition para obtener el conocimiento científico. El instrumento de recolección de datos está orientado a crear las condiciones para la medición. Los datos son conceptos que expresan una abstracción del mundo real, de lo sensorial, susceptible de ser percibido por los sentidos de manera directa o indirecta, donde todo lo empírico es medible.

De acuerdo Castillo-Bustos (2021) menciona que varios investigadores coinciden en que la recolección de datos refiere al uso de técnicas e instrumentos de recopilación de información acerca el objeto de estudio, para responder a las preguntas de investigación, sobre las bases del análisis e interpretación correspondientemente a la investigación.

Población universo

De acuerdo con la entidad de Superintendencia de Compañías (2023), según el informe respecto a la población universo respecto a las pequeñas y micro empresas, existen un total 4380 pequeñas y micro empresas en la Provincia de El Oro, de las cuales 773 son pequeñas empresas y 3607 son microempresas.

Población objeto de estudio

De acuerdo, así mismo respecto al informe de Superintendencia de Compañías (2023) se determinó que la población objeto de estudio refiriéndose a las pequeñas y micro empresas de la Parroquia

El Cambio existen un total de 2 pequeñas empresas y un total de 11 microempresas.

Tabla 2 listado de las empresas que serán encuestados

Nombre	Tamaño
Ge-admg cia. Ltda.	Microempresa
Cijoscariska tropical fruit s.a.	Pequeña
Espiro cia. Ltda.	Microempresa
Red de telecomunicaciones del sur netsurtv s.a.	Pequeña
Tj irrigation tji cia.ltda.	Microempresa
Imporarmy s.a.	Microempresa
Gemin gestion minera s.a.s.	Microempresa
Geonet s.a.s.	Microempresa
Audidores y consultores empresariales almir s.a.	Microempresa
Logistic-transpesamer s.a.	Microempresa
Cambiotaxi s.a. compania de transportes orenses	Microempresa
Obsur limpieza y mantenimiento obreros del sur s.a.s.	Microempresa
Limpimaxmultiservicios s.a.s.	Microempresa

Tamaño de la muestra

Según Gamboa-Graus (2018) “desarrollar una investigación puede resultar un trabajo bien costoso en términos materiales, de tiempo y accesibilidad. De ahí que sea necesario que con un tamaño de la muestra adecuado se puedan obtener resultados que se puedan generalizar la población”.

Dada la naturaleza de nuestro estudio sobre tecnologías digitales para fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio de la Ciudad de Machala, no se considera necesario calcular el tamaño de la muestra porque al ser un objeto de estudio diminuto nos permite dar un análisis detallado y exhaustivo sin la necesidad de calcular el tamaño de la muestra, asegurando la validez y la relevancia de nuestros hallazgos para la comunidad empresarial local.

Técnicas de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos según lo menciona Cisneros-Caicedo *et al.*, (2022) proporcionan una mayor profundidad de búsqueda, algunas de estas técnicas son la observación participante o no participante que permiten observar un proceso que requiere atención voluntaria orientada y organizadas.

La encuesta según López-Falcón y Ramos-Serpa (2021) “consiste en aquel método empírico que busca criterios, opiniones, sugerencias, ideas, preocupaciones, de los sujetos que forman parte de las unidades de estudio o de otros sujetos que puedan aportar información necesaria”.

Desde el punto de vista de Falcón et al., (2019) la encuesta es ampliamente empleada en el ámbito de las ciencias sociales, ya sea para fines académicos de investigación, para la planificación de acciones futuras, o como medio de estudio para analizar distintos fenómenos sociales.

Dentro de nuestro proyecto se realizará una encuesta la cual permitirá obtener una visión integral de la situación actual en cuanto al uso de tecnologías digitales por parte de las pequeñas y micro empresas en la Parroquia El Cambio. A través de preguntas estructuradas, se pueden recabar datos específicos sobre el tipo de tecnologías utilizadas, su alcance y su impacto en la gestión y competitividad empresarial, esto proporcionara información valiosa para el diseño de estrategias y políticas que promuevan el uso efectivo de tecnologías digitales en el ámbito empresarial de la Parroquia El Cambio.

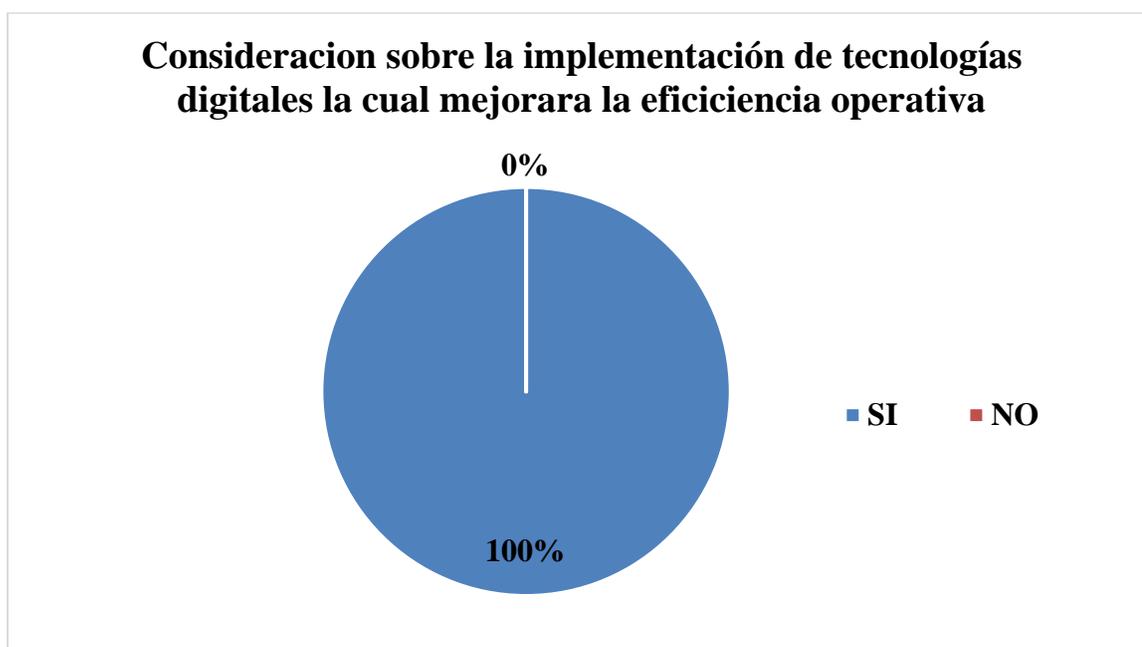
Análisis de Resultados

El presente análisis tiene como objetivo establecer un diagnóstico claro del estado de digitalización entre las pequeñas y microempresas de la Parroquia El Cambio. Este diagnóstico servirá como base para el desarrollo de programas de apoyo, capacitación y financiamiento que faciliten la adopción tecnológica. Además, busca identificar las áreas específicas donde la tecnología puede

mejorar significativamente la competitividad y eficiencia de estas empresas, contribuyendo así al desarrollo económico local y regional, lo cual se desarrolló una encuesta de 2 pequeñas empresas y 11 microempresas de la Parroquia.

Presentación e interpretación de resultados

- 1. ¿Considera que la implementación de tecnologías digitales en su empresa mejorara la eficiencia operativa?**

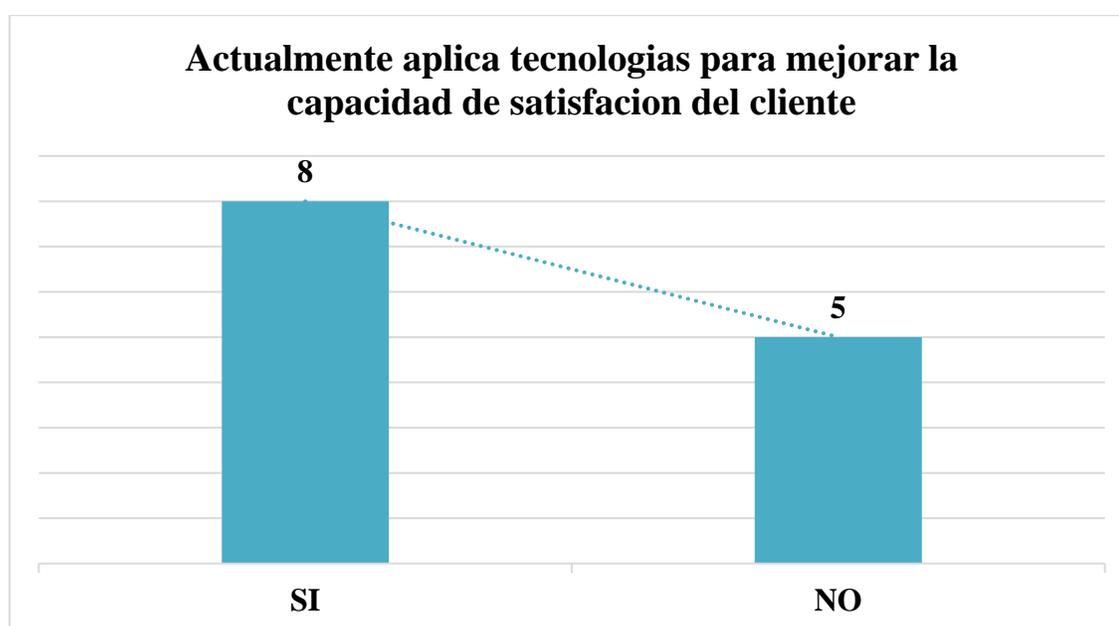


El 100% de los encuestados considera que la implementación de tecnologías digitales mejorará la eficiencia operativa de sus empresas. Esto demuestra un reconocimiento unánime de los beneficios potenciales que pueden aportar estas tecnologías.

Análisis; Los resultados de esta encuesta demuestran claramente que los empresarios de la Parroquia El Cambio reconocen el valor de las tecnologías digitales para mejorar la eficiencia operativa de sus negocios. La unanimidad en las respuestas subraya la confianza en que la digitalización no solo es una ventaja competitiva, sino una necesidad para el crecimiento sostenible y la adaptación a un entorno empresarial en constante cambio.

A medida que las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio continúan adoptando y adaptándose a las tecnologías digitales, es probable que veamos un incremento en su competitividad, eficiencia y capacidad de innovación. Este cambio no solo beneficiará a las empresas individuales, sino que también contribuirá al desarrollo económico y social de la comunidad en su conjunto.

2. ¿Su empresa ha implementado tecnologías digitales para mejorar su capacidad de satisfacción al cliente?

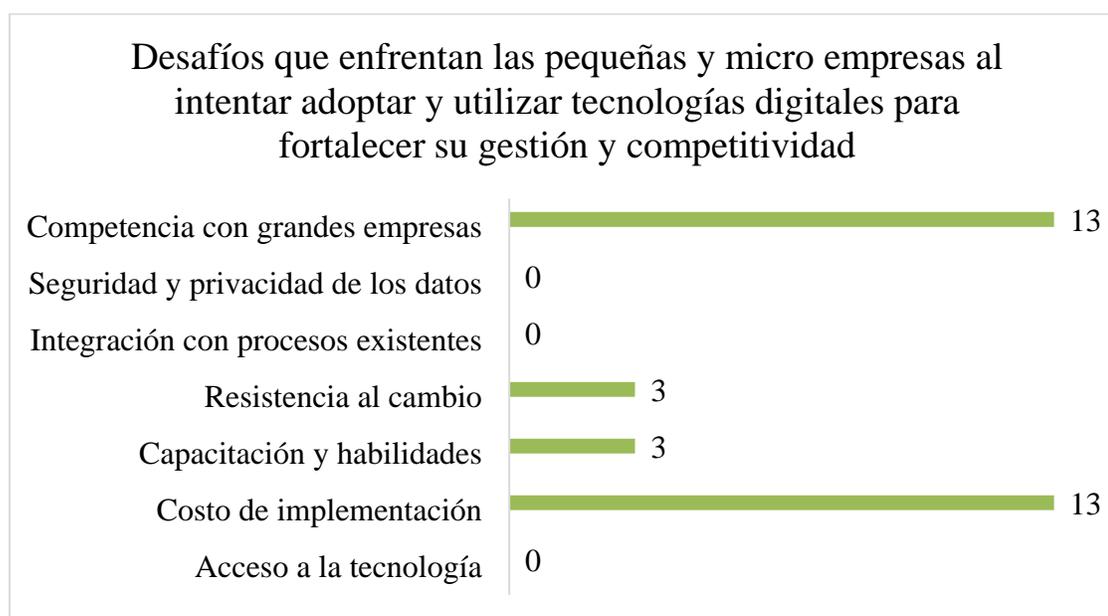


Los resultados indican que una mayoría de las empresas encuestadas (61.5%) han implementado tecnologías digitales con el propósito de mejorar la satisfacción del cliente. Este dato es significativo, ya que refleja una tendencia positiva hacia la adopción de herramientas tecnológicas que pueden contribuir a optimizar la gestión y el servicio al cliente. Por otro lado, el 38.5% de las empresas aún no han adoptado estas tecnologías. Esta cifra pone de manifiesto la existencia de barreras o limitaciones que impiden a una parte considerable de las empresas aprovechar los beneficios que la digitalización puede ofrecer.

Análisis: La encuesta revela una adopción significativa de tecnologías digitales entre las pequeñas

y micro empresas de la Parroquia El Cambio, aunque todavía existe un segmento considerable que no ha implementado estas herramientas. Para maximizar los beneficios de la digitalización, es necesario continuar promoviendo la educación y el apoyo a estas empresas, facilitando su transición hacia una gestión más moderna y eficiente. El futuro de las pequeñas y micro empresas en la Parroquia El Cambio dependerá en gran medida de su capacidad para incorporar tecnologías digitales en sus operaciones diarias. Con el apoyo adecuado, estas empresas pueden mejorar su competitividad, satisfacción del cliente y resiliencia, contribuyendo al desarrollo económico local y regional.

3. ¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos que enfrentan las pequeñas y micro empresas en la Parroquia El Cambio de la Ciudad de Machala al intentar adoptar y utilizar tecnologías digitales para fortalecer su gestión y competitividad?



Los resultados de la encuesta reflejan una serie de desafíos significativos que enfrentan las pequeñas y micro empresas al intentar incorporar tecnologías digitales en sus operaciones. A continuación, se detallan los desafíos más destacados según la percepción de los encuestados.

Costo de Implementación (13 menciones) El costo de implementación de nuevas tecnologías

digitales es el desafío más citado por las empresas encuestadas. Esto sugiere que, aunque las empresas reconozcan los beneficios potenciales de adoptar tecnologías digitales, los costos asociados con la adquisición e implementación de estas tecnologías representan una barrera considerable.

Competencia con Grandes Empresas (13 menciones) La competencia con grandes empresas también se identifica como un desafío crítico. Las pequeñas y micro empresas sienten la presión de competir con empresas más grandes y establecidas que ya cuentan con tecnologías avanzadas y recursos significativos, lo que dificulta su capacidad para competir en igualdad de condiciones.

Capacitación y Habilidades (3 menciones) La falta de capacitación y habilidades necesarias para utilizar tecnologías digitales es otro desafío importante. Muchas pequeñas y micro empresas carecen del personal capacitado para gestionar y operar nuevas tecnologías, lo que limita su capacidad para aprovechar plenamente estas herramientas.

Resistencia al Cambio (3 menciones) La resistencia al cambio es un desafío presente en algunas empresas. La adopción de nuevas tecnologías a menudo requiere cambios en los procesos existentes y una mentalidad abierta hacia la innovación, lo que puede encontrar resistencia entre el personal o la dirección.

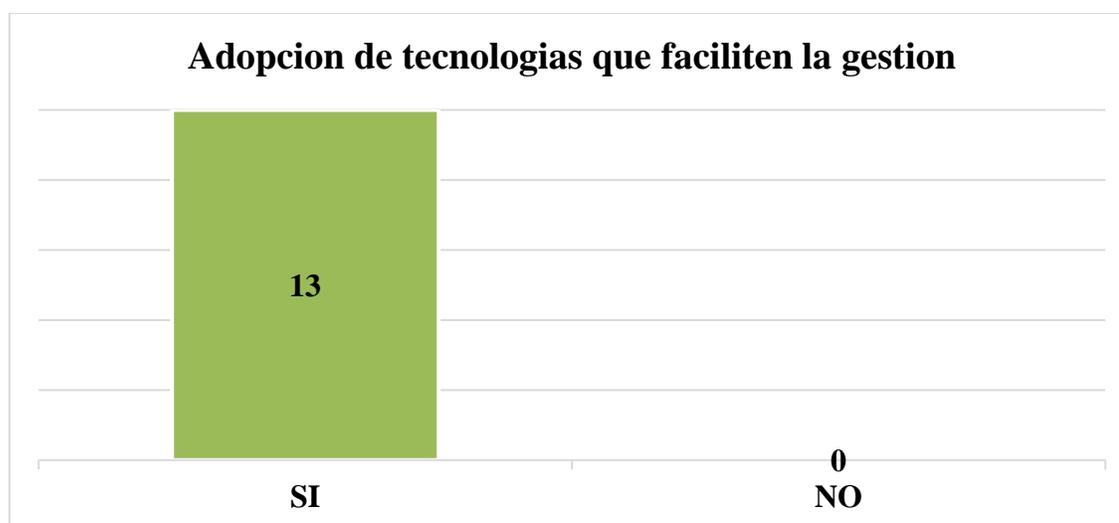
Acceso a la Tecnología (0 menciones) Sorprendentemente, ninguna de las empresas encuestadas mencionó el acceso a la tecnología como un desafío. Esto puede indicar que, aunque la tecnología esté disponible, otros factores como el costo y la capacitación representan mayores obstáculos.

Integración con Procesos Existentes (0 menciones) Al igual que el acceso a la tecnología, la integración con procesos existentes no fue identificada como un desafío por las empresas encuestadas. Esto podría sugerir que las empresas están dispuestas a integrar nuevas tecnologías si otros desafíos como el costo y la capacitación se abordan adecuadamente.

Seguridad y Privacidad de los Datos (0 menciones) La seguridad y privacidad de los datos no fueron citadas como desafíos por las empresas. Esto podría reflejar una falta de conciencia sobre los riesgos potenciales asociados con la adopción de tecnologías digitales o una confianza en las medidas de seguridad existentes.

Análisis: los resultados de la encuesta revelan que las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio enfrentan desafíos significativos en su intento de adoptar tecnologías digitales, con el costo de implementación y la competencia con grandes empresas siendo los más destacados. Abordar estos desafíos a través de programas de financiación, capacitación y desarrollo de habilidades, y el fomento de una cultura de innovación será crucial para mejorar la gestión y competitividad de estas empresas en el futuro.

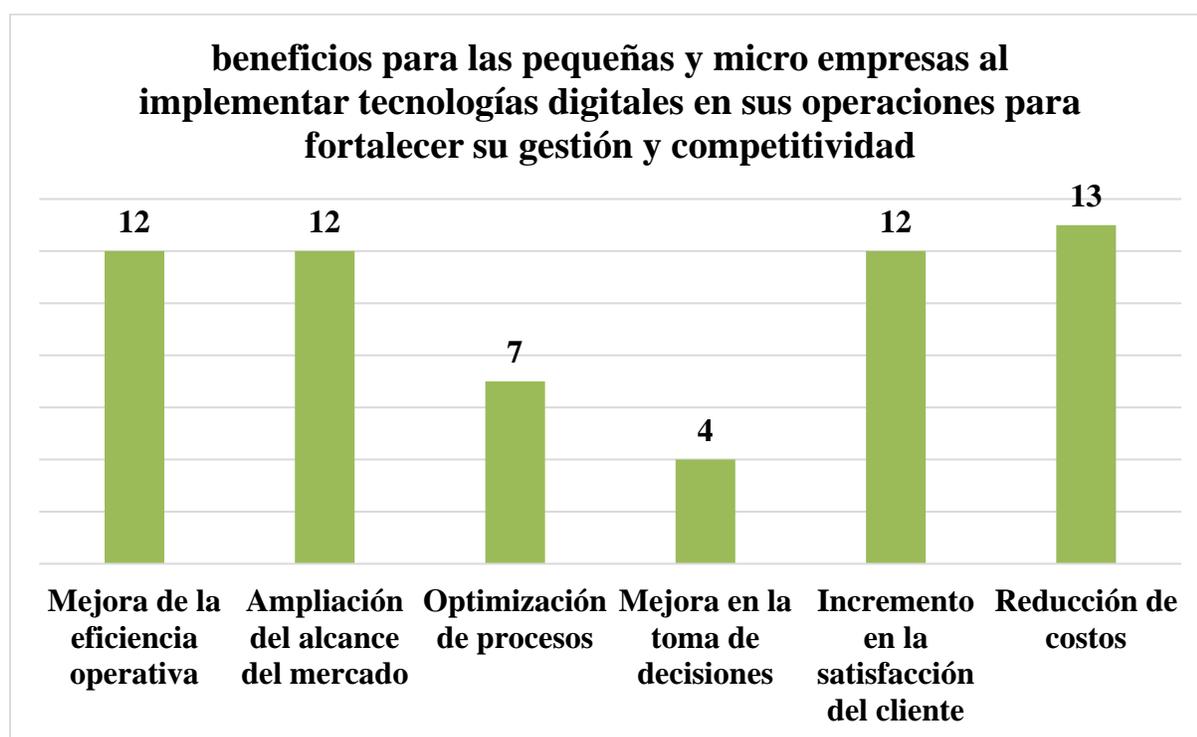
4. ¿Adoptaría herramientas tecnológicas que faciliten el trabajo en la gestión de su empresa en la Parroquia El Cambio?



Estos resultados reflejan un consenso absoluto entre los encuestados sobre la importancia y necesidad de adoptar herramientas tecnológicas en sus negocios. La totalidad de las empresas participantes reconoció que la implementación de tecnologías digitales podría ser un factor crucial para mejorar la gestión de sus operaciones.

Análisis: Los resultados de esta encuesta subrayan la voluntad y disposición de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio para adoptar tecnologías digitales que faciliten su gestión empresarial. Esta apertura hacia la innovación tecnológica es un indicativo positivo para el futuro de estas empresas, ya que la implementación de dichas herramientas puede resultar en mejoras significativas en su eficiencia operativa y competitividad en el mercado.

5. **¿Cuáles cree usted que podrían ser los principales beneficios para las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio al implementar tecnologías digitales en sus operaciones para fortalecer su gestión y competitividad?**



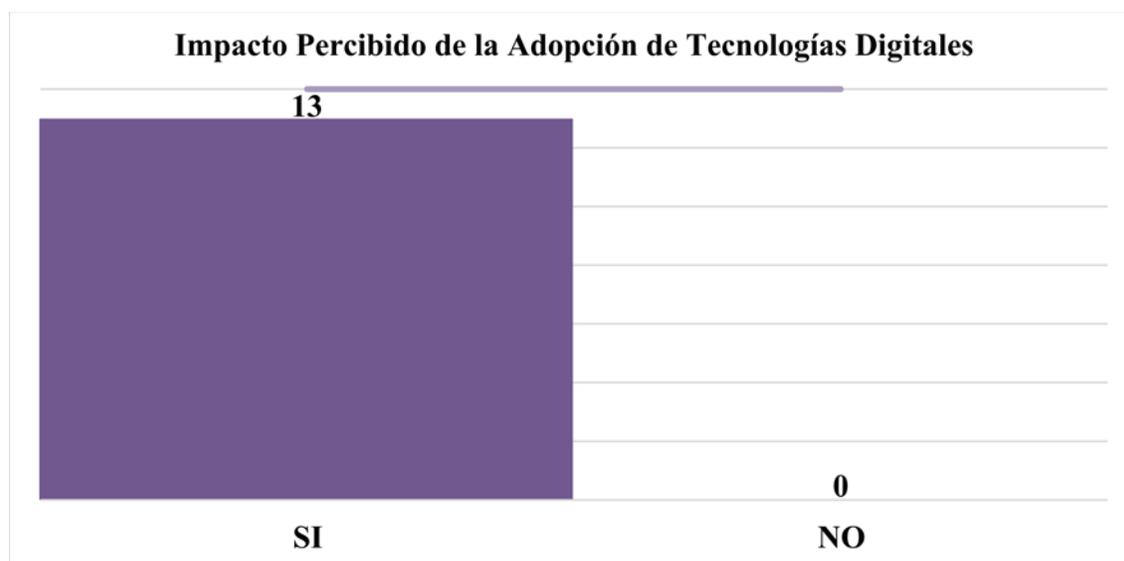
Los resultados indican que la reducción de costos se percibe como el beneficio más significativo, con 13 empresas (100% de la muestra) identificándolo como un objetivo clave. Esto sugiere una clara necesidad de optimización financiera en el contexto actual, donde las pequeñas y microempresas enfrentan desafíos de rentabilidad y sostenibilidad.

Asimismo, la mejora de la eficiencia operativa, la ampliación del alcance del mercado, y el

incremento en la satisfacción del cliente son igualmente valorados por 12 empresas (aproximadamente el 92% de la muestra). Estos aspectos destacan la importancia de adoptar tecnologías digitales no solo para la gestión interna, sino también para fortalecer la relación con los clientes y expandir su presencia en el mercado.

Por otro lado, la optimización de procesos y la mejora en la toma de decisiones son vistas como desafíos menos urgentes, con 7 y 4 votos respectivamente. Esto puede reflejar una percepción de que las empresas aún están en etapas iniciales de implementación digital, donde las prioridades están más enfocadas en la reducción de costos y la eficiencia.

6. ¿Cree que la adopción de tecnologías digitales mejorara la competitividad de las pequeñas y micro empresas?



Estos resultados demuestran un consenso absoluto entre los empresarios encuestados sobre los beneficios de adoptar tecnologías digitales. Ninguno de los participantes expresó dudas o escepticismo acerca de la eficacia de estas herramientas para mejorar su competitividad.

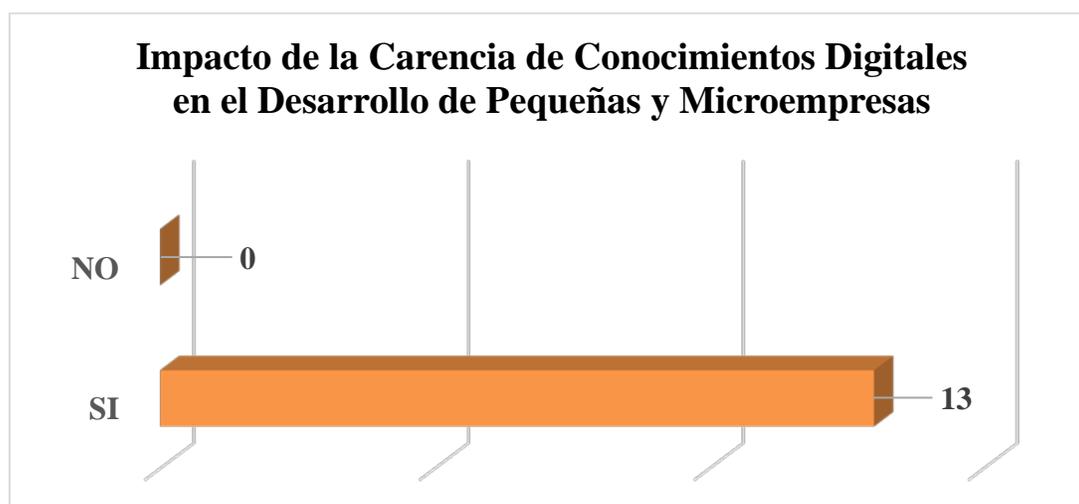
La total unanimidad en las respuestas indica que los empresarios de la Parroquia El Cambio reconocen claramente las ventajas de la digitalización. Esta percepción positiva sugiere que las

PyMEs locales están dispuestas a innovar y actualizar sus procesos, lo cual es un indicativo prometedor para el desarrollo económico de la región.

Análisis: Los resultados de esta encuesta subrayan la importancia de fomentar la adopción de tecnologías digitales entre las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio. La percepción positiva de los empresarios locales respecto a estas tecnologías refleja un entorno favorable para la digitalización, que debe ser apoyado mediante políticas públicas, programas de capacitación y acceso a financiamiento.

La implementación efectiva de tecnologías digitales no solo mejorará la competitividad de las PyMEs, sino que también impulsará el desarrollo económico y social de la región, posicionando a la Parroquia El Cambio como un modelo de innovación y sostenibilidad en el ámbito empresarial.

7. ¿Considera que la falta de aprendizaje y conocimientos en innovación y transformación digital es un obstáculo para el desarrollo de las pequeñas y micro empresas?



Los resultados de esta pregunta son contundentes: el 100% de los encuestados considera que la falta de aprendizaje y conocimientos en innovación y transformación digital constituye un obstáculo significativo para el desarrollo de sus empresas. Esta unanimidad subraya la percepción

generalizada de que la capacitación en estas áreas es esencial para la competitividad y crecimiento en el mercado actual.

Análisis: La encuesta realizada muestra claramente que las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio reconocen la importancia de la innovación y la transformación digital para su desarrollo y competitividad. No obstante, también revela una necesidad urgente de capacitación y recursos para superar esta barrera. A través de la implementación de programas de formación, incentivos para la adopción de tecnologías, y la creación de redes de apoyo, es posible cerrar esta brecha y fomentar un entorno empresarial más dinámico y competitivo en la región.

8. ¿Piensa que la cultura organizacional actual en la Parroquia El Cambio facilita o dificulta la implementación de iniciativas innovadoras en los empresas locales?

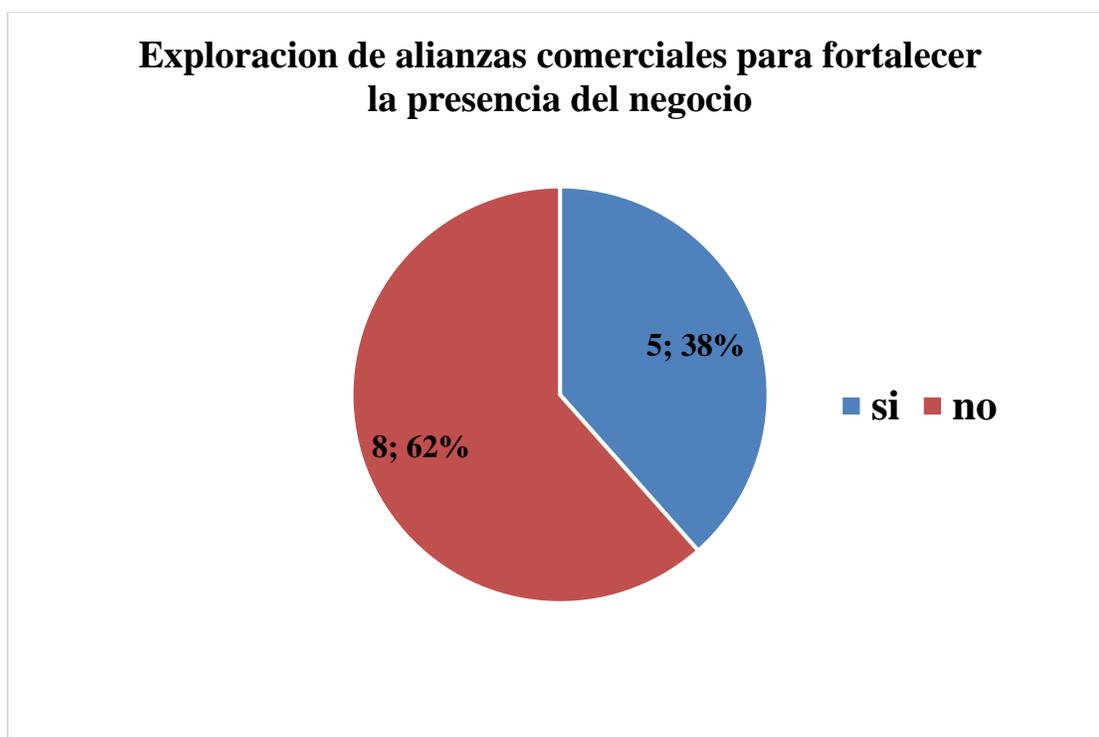


Este resultado muestra un claro consenso total entre los encuestados de que la cultura organizacional en la Parroquia El Cambio es propicia para la innovación. La unanimidad en las respuestas sugiere que los empresarios perciben un entorno favorable para la implementación de nuevas ideas y tecnologías, lo cual es un indicador positivo para futuros proyectos de

modernización y digitalización.

Análisis: La encuesta revela una percepción positiva sobre la cultura organizacional en la Parroquia El Cambio y su capacidad para facilitar la innovación. Esta disposición al cambio es una base sólida sobre la cual construir iniciativas de digitalización que fortalezcan la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas locales. Con un entorno propicio, políticas de apoyo adecuadas y una inversión en capacitación e infraestructura, las empresas de la Parroquia El Cambio pueden aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales para asegurar un crecimiento sostenible y competitivo en el futuro.

9. ¿Ha explorado la posibilidad de establecer alianzas comerciales con empresas para fortalecer la presencia de su negocio en el mercado local?



De los 13 encuestados, solo 5 han explorado la posibilidad de establecer alianzas comerciales, lo que representa el 38% de la muestra. Este grupo muestra una actitud proactiva hacia la colaboración y la expansión de su presencia en el mercado local. Estas empresas podrían estar

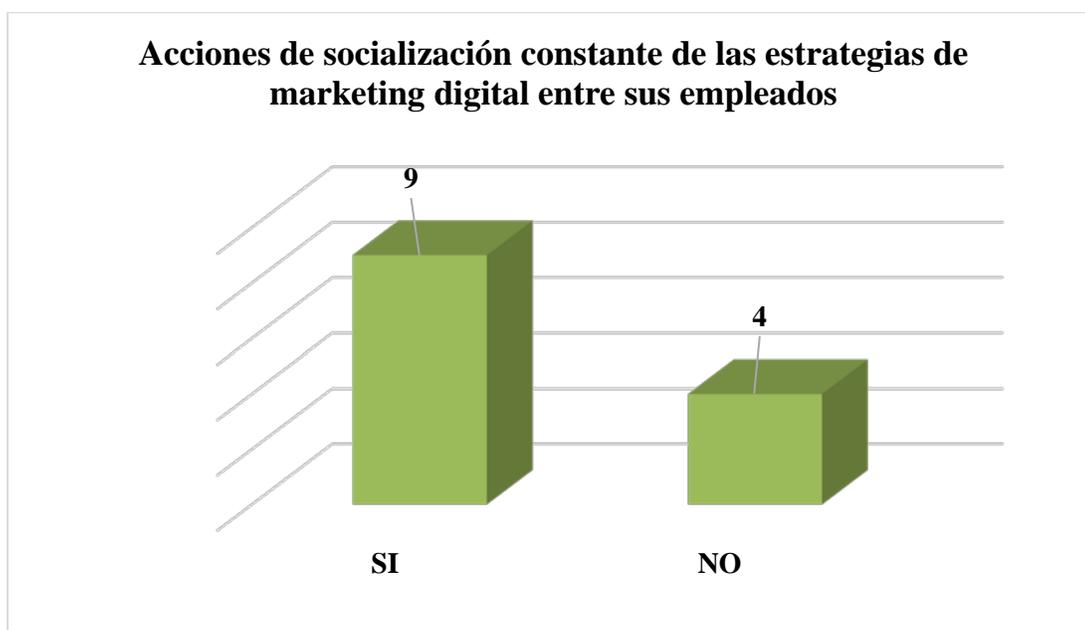
buscando formas innovadoras de superar los desafíos del mercado, mejorar su competitividad y acceder a nuevos segmentos de clientes a través de alianzas estratégicas.

Por otro lado, 8 encuestados, representando el 62% de la muestra, no han explorado esta posibilidad. Las razones detrás de esta resistencia pueden ser variadas, incluyendo el desconocimiento de los beneficios potenciales de las alianzas comerciales, la falta de confianza en otras empresas, o simplemente una preferencia por operar de manera independiente. Es crucial identificar las barreras específicas que impiden a estas empresas considerar las alianzas comerciales como una opción viable para su crecimiento.

Análisis: La encuesta ha revelado una oportunidad significativa para promover la adopción de alianzas comerciales entre las PyMEs de la Parroquia El Cambio. Aunque la mayoría de las empresas aún no han explorado esta posibilidad, hay un grupo considerable que muestra interés y disposición para hacerlo. Abordar las barreras actuales y fomentar un entorno propicio para la colaboración podría ser clave para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de estas empresas en el mercado local. En este sentido, la implementación de tecnologías digitales también juega un papel crucial, ya que puede facilitar y potenciar las oportunidades de alianzas comerciales.

Este análisis proporciona una base sólida para futuras iniciativas y estrategias destinadas a mejorar la gestión y competitividad de las PyMEs en Machala, asegurando un desarrollo económico sostenible y equitativo en la región.

10. ¿Ha realizado acciones de socialización constante de las estrategias de marketing digital entre sus empleados para garantizar la excelencia en el servicio?

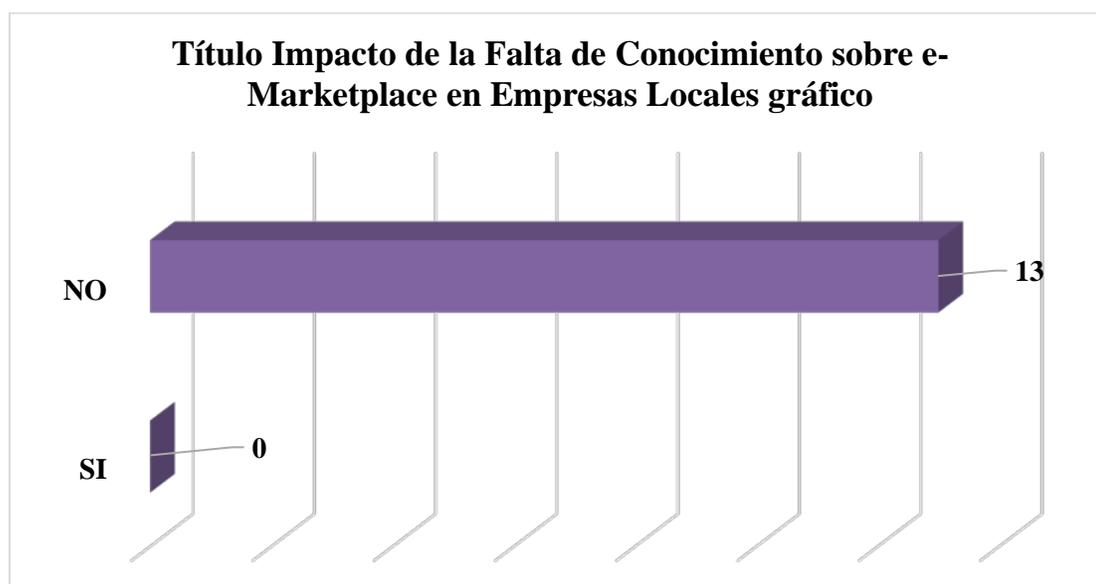


La mayoría de las empresas (69.2%) han implementado acciones de socialización de estrategias de marketing digital entre sus empleados, lo cual es un indicativo positivo hacia la adopción de tecnologías digitales y su integración en las operaciones diarias. Este porcentaje demuestra un alto grado de conciencia sobre la importancia de la capacitación y la actualización constante en estrategias digitales para mejorar la excelencia en el servicio al cliente. Para las empresas que no han implementado estas acciones (30.8%), hay una oportunidad significativa de mejorar su competitividad y gestión al integrar estrategias de marketing digital. Es crucial identificar las barreras que enfrentan estas empresas para no adoptar estas prácticas y ofrecer soluciones específicas, como programas de capacitación y asesoramiento personalizado.

Análisis: La integración de estrategias de marketing digital es fundamental para el crecimiento sostenible de las pequeñas y microempresas. Las que ya están adoptando estas prácticas están mejor posicionadas para enfrentar desafíos futuros y responder a las expectativas cambiantes de

los consumidores. Por otro lado, abordar las necesidades del 30.8% de las empresas que no socializan sus estrategias puede resultar en un aumento significativo de la competitividad en la Parroquia El Cambio, beneficiando no solo a las empresas individuales, sino también al entorno económico de la región en su conjunto.

11. ¿Considera que la falta de conocimiento sobre el uso de e-Marketplace es un desafío para su pequeña o micro empresa en la Parroquia El Cambio?

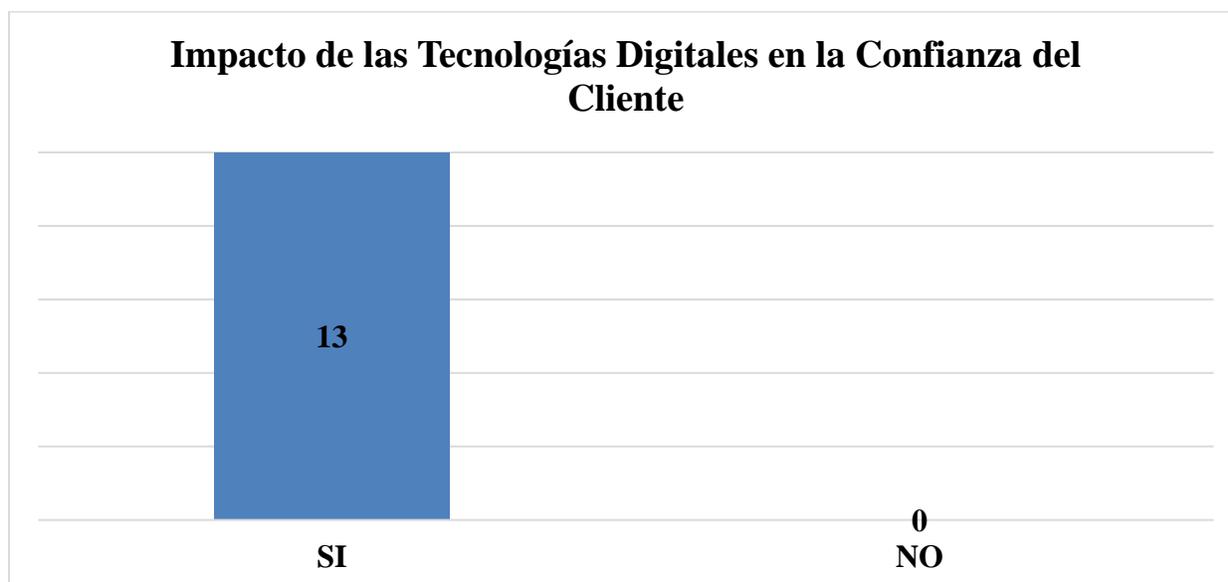


La totalidad de los encuestados (100%) indicó que no consideran que la falta de conocimiento sobre el uso de e-Marketplace sea un desafío para sus empresas. Este resultado sugiere que, a pesar de la creciente digitalización del comercio, los propietarios de estas pequeñas y microempresas tienen una percepción positiva respecto a su capacidad para aprovechar las plataformas digitales. Esto puede reflejar una confianza en sus habilidades o un entendimiento básico de las oportunidades que ofrecen estas tecnologías.

Análisis: Los resultados obtenidos no solo reflejan el estado actual de las pequeñas y microempresas de la Parroquia El Cambio, sino que también establecen una base sólida para futuras acciones estratégicas. La confianza en el uso de e-Marketplace indica un camino

potencialmente fructífero hacia la digitalización y la competitividad, lo que beneficiará no solo a las empresas individuales, sino también al desarrollo económico de la comunidad en su conjunto.

12. ¿Opina que la utilización de tecnologías digitales en las pequeñas y micro empresas generaría mayor confianza entre los clientes y usuarios de dichos establecimientos?



Los resultados de esta encuesta muestran una clara tendencia a favor de la utilización de tecnologías digitales en el ámbito empresarial local. Con un 100% de los encuestados afirmando que la adopción de herramientas digitales generaría mayor confianza entre los clientes, es evidente que existe una percepción positiva respecto a cómo la digitalización puede influir en la relación entre las empresas y su clientela.

Este respaldo unánime indica que los empresarios de la zona no solo reconocen la importancia de integrar tecnologías digitales en sus procesos, sino que también consideran que esto es fundamental para construir una imagen sólida y confiable frente a sus consumidores. En un futuro, esto podría traducirse en un aumento en la lealtad del cliente, mayores tasas de retención y, potencialmente, un incremento en las ventas.

Análisis: De acuerdo a la evidencia recogida a través de esta encuesta sugiere que la incorporación

de tecnologías digitales es vista como un paso positivo y necesario para el crecimiento y sostenibilidad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio. Este apoyo unánime debería servir como un catalizador para fomentar iniciativas que impulsen la digitalización en el sector empresarial local, contribuyendo así a su competitividad y éxito en el futuro.

13. ¿Considera que el progreso económico actual facilitara la adopción de nuevas tecnologías en la gestión de empresas?

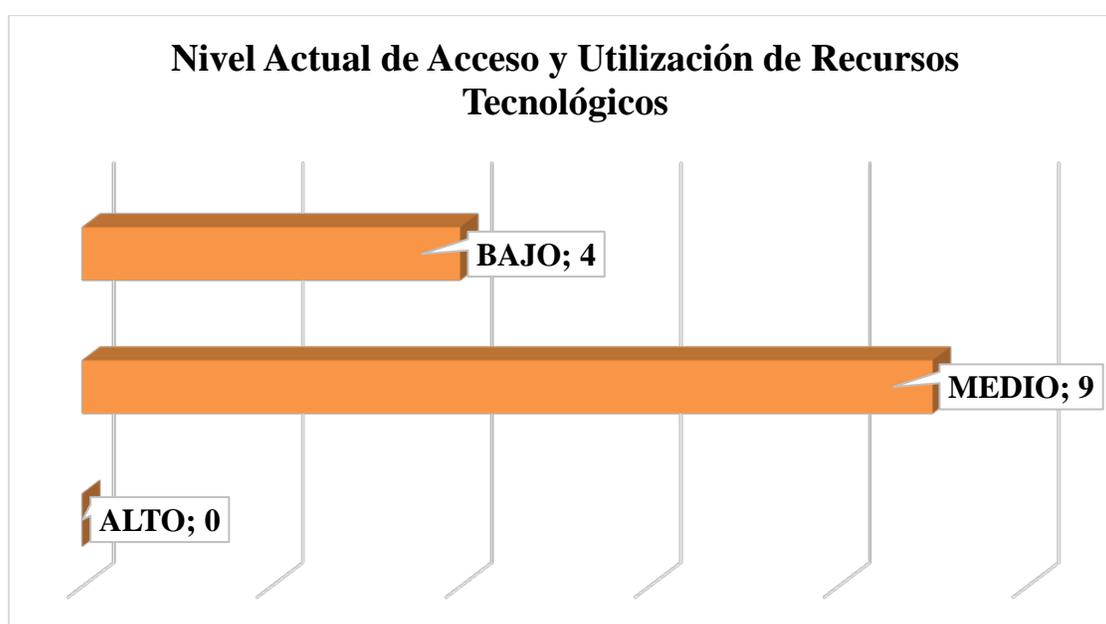


Estos resultados indican una fuerte resistencia a la adopción de tecnologías digitales en el entorno empresarial actual, lo que plantea serias preocupaciones sobre la capacidad de estas empresas para competir en un mercado cada vez más digitalizado y globalizado.

La abrumadora mayoría que respondió negativamente se alinea con las percepciones de inseguridad y la falta de inversión en el país. Las inquietudes sobre la alta tasa de criminalidad, las extorsiones y el clima de inestabilidad económica limitan no solo la capacidad de inversión en nuevas tecnologías, sino también la disposición de los propietarios para arriesgar recursos en la implementación de soluciones digitales.

Análisis: Los resultados de esta encuesta sugieren la necesidad de implementar políticas públicas y programas de apoyo que fomenten un ambiente más seguro y confiable para la inversión en tecnología. Solo a través de un enfoque conjunto entre el sector privado y las autoridades locales se podrá avanzar hacia una mayor competitividad y sostenibilidad en el ecosistema empresarial de la Parroquia El Cambio.

14. ¿Cuál es su nivel actual de acceso y utilización de recursos tecnológicos en su negocio?



Los resultados indican que el 69% de las empresas encuestadas se encuentran en un nivel medio de acceso y utilización de recursos tecnológicos. Esto sugiere que, si bien las empresas han comenzado a integrar ciertas herramientas tecnológicas en sus operaciones, todavía existe un considerable margen de mejora para alcanzar un uso más eficiente y amplio de las tecnologías disponibles.

Por otro lado, el 31% de las empresas se clasifican en el nivel bajo, lo que refleja una significativa necesidad de capacitación y recursos adicionales para fomentar la adopción de tecnologías digitales. La ausencia de empresas en el nivel alto subraya un desafío importante para el desarrollo

empresarial en la parroquia, lo cual puede limitar la competitividad y la capacidad de innovación en el mercado.

Análisis: De acuerdo a la encuesta pone de manifiesto la urgencia de un enfoque proactivo para abordar las necesidades tecnológicas de las pequeñas y microempresas de la Parroquia El Cambio. Las estrategias propuestas no solo deberían enfocarse en mejorar el acceso a las tecnologías, sino también en cultivar una cultura empresarial que valore la innovación y la digitalización como pilares fundamentales para el crecimiento y la competitividad en el futuro. La implementación de estas acciones será crucial para transformar el panorama actual y potenciar el desarrollo sostenible en la comunidad.

Capítulo IV: Resultados y discusión

Análisis de resultados (más relevantes)

1. ¿Considera que la implementación de tecnologías digitales en su empresa mejorará la eficiencia operativa?

Análisis: Los resultados de la encuesta indican que la mayoría de los encuestados creen que la implementación de tecnologías digitales mejorará la eficiencia operativa de sus empresas. Este resultado subraya la percepción positiva y la expectativa de que las herramientas digitales pueden automatizar procesos, reducir errores humanos y optimizar la gestión del tiempo. La mejora de la eficiencia operativa es crucial para aumentar la productividad y reducir costos operativos, lo que a su vez puede mejorar la competitividad de las pequeñas y micro empresas.

4. ¿Adoptaría herramientas tecnológicas que faciliten el trabajo en la gestión de su empresa en la Parroquia El Cambio?

Análisis: La disposición a adoptar herramientas tecnológicas es un indicador positivo de la apertura al cambio y la innovación. La mayoría de los encuestados manifestaron su voluntad de adoptar tecnologías que faciliten la gestión de sus empresas. Esto muestra un reconocimiento de los beneficios potenciales de la digitalización, como la mejora en la toma de decisiones, la gestión de inventarios y la atención al cliente. La adopción de estas herramientas puede transformar las operaciones empresariales, haciéndolas más ágiles y eficientes.

5. ¿Cuáles cree usted que podrían ser los principales beneficios para las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio al implementar tecnologías digitales en sus operaciones para fortalecer su gestión y competitividad?

Análisis: Los encuestados identificaron varios beneficios clave de la implementación de tecnologías digitales, incluyendo:

Mayor Eficiencia: Automatización de tareas repetitivas y reducción de errores.

Mejora en la Toma de Decisiones: Acceso a datos en tiempo real para decisiones informadas.

Competitividad: Capacidad para competir con empresas más grandes mediante el uso de tecnologías avanzadas.

Mejor Servicio al Cliente: Herramientas que permiten una mejor gestión de la relación con los clientes.

Reducción de Costos: Optimización de recursos y reducción de gastos operativos.

Estos beneficios son esenciales para fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas, permitiéndoles adaptarse mejor a un mercado en constante cambio.

6. ¿Cree que la adopción de tecnologías digitales mejorará la competitividad de las pequeñas y micro empresas?

Análisis: La mayoría de los encuestados están convencidos de que la adopción de tecnologías digitales mejorará la competitividad de sus empresas. La competitividad se puede mejorar mediante la optimización de procesos, la mejora en la calidad del servicio al cliente y la capacidad para innovar rápidamente. Las tecnologías digitales permiten a las empresas responder de manera más efectiva a las demandas del mercado y a los cambios en el entorno empresarial.

8. ¿Piensa que la cultura organizacional actual en la Parroquia El Cambio facilita o dificulta la implementación de iniciativas innovadoras en los empresas locales?

Análisis: Como se mencionó anteriormente, todos los encuestados consideran que la cultura organizacional actual facilita la implementación de iniciativas innovadoras. Esta percepción positiva es crucial para el éxito de cualquier esfuerzo de digitalización, ya que una cultura abierta a la innovación y al cambio es fundamental para la adopción efectiva de nuevas tecnologías. La disposición a experimentar y a adoptar nuevas ideas puede acelerar el proceso de transformación

digital y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

12. ¿Opina que la utilización de tecnologías digitales en las pequeñas y micro empresas generaría mayor confianza entre los clientes y usuarios de dichos establecimientos?

Análisis: Los encuestados creen que la utilización de tecnologías digitales generará mayor confianza entre los clientes y usuarios. La transparencia, la eficiencia y la capacidad para ofrecer un mejor servicio son factores que contribuyen a esta mayor confianza. Las tecnologías digitales permiten a las empresas proporcionar información precisa y oportuna, mejorar la comunicación con los clientes y asegurar una experiencia de compra más fluida y satisfactoria.

14. ¿Cuál es su nivel actual de acceso y utilización de recursos tecnológicos en su negocio?

Análisis: El nivel actual de acceso y utilización de recursos tecnológicos varía entre las empresas encuestadas. Algunas ya han comenzado a incorporar herramientas digitales básicas, como sistemas de punto de venta y software de contabilidad, mientras que otras todavía dependen de métodos tradicionales. Este análisis sugiere la necesidad de una evaluación más detallada de las barreras específicas que enfrentan las empresas para adoptar tecnologías más avanzadas y de la creación de programas de apoyo que faciliten esta transición.

Contrastación teórica de resultados

El proyecto tiene como objetivo superar los desafíos que enfrentan las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio, en Machala, debido a la falta de adopción de tecnologías digitales. Estas empresas sufren limitaciones en eficiencia operativa, dificultades para ampliar mercados y desventajas competitivas.

Para resolver esto, el proyecto se centra en integrar tecnologías digitales para mejorar la gestión empresarial, automatizar procesos y reducir errores humanos, optimizando así la toma de decisiones y la administración diaria. También busca mejorar la competitividad mediante el acceso

a herramientas tecnológicas avanzadas que permitan competir eficazmente en mercados locales y globales.

El proyecto contribuye al desarrollo económico y sostenible de la comunidad al fortalecer las capacidades de estas empresas, optimizando el uso de recursos y reduciendo costos operativos. Además, la adopción de tecnologías digitales mejorará la transparencia, comunicación y experiencia del cliente, aumentando la confianza y satisfacción del cliente.

La investigación y los resultados de la encuesta revelan una alineación significativa con las teorías existentes sobre innovación, adopción tecnológica y competitividad. La disposición positiva hacia la digitalización, la percepción de una cultura organizacional favorable y el reconocimiento de los beneficios de las tecnologías digitales son elementos clave que respaldan la viabilidad de este proyecto. Para maximizar los beneficios, es crucial desarrollar estrategias adaptadas, proporcionar capacitación y soporte continuo, y fomentar una cultura organizacional que apoye la innovación y el cambio

Según (Rendón Trejo et al., 2019) la pandemia actuó como un catalizador para la adopción y uso de tecnologías de la información y la comunicación, así como para la digitalización en las empresas. Con el confinamiento debido a los riesgos del contacto físico, muchas empresas descubrieron la conveniencia y las ventajas de utilizar tecnologías digitales para ofrecer productos, llegar a clientes y mantener o incluso aumentar sus ventas. Las redes sociales facilitaron el “contacto social” a distancia y se transformaron en medios clave para la compra-venta, incrementando la relevancia del comercio electrónico. El uso de estas redes para el comercio se ha vuelto más frecuente y ha ganado mayor confianza entre los consumidores.

Propuesta integradora

Datos informativos

Tema: Fortalecimiento de la Gestión y Competitividad de las Pequeñas y Micro Empresas de la Parroquia El Cambio mediante la Adopción de Tecnologías Digitales.

Ejecutor: Infante Guaman Rodison Ricardo estudiante de la carrera de Administración de Empresas del Octavo nivel.

Beneficiarios: Pequeñas y Micro Empresas de la Parroquia El Cambio, Ciudad de Machala.

Ubicación: Ecuador- El Oro- Machala- Parroquia El Cambio.

Tiempo estimado para la ejecución(días/horas): De lunes a viernes durante 10 días por 3 horas de 15h00 a 18h00.

Valor o costo: 25 dólares.

Esta propuesta busca superar las barreras que enfrentan las pequeñas y micro empresas en la Parroquia El Cambio debido a la falta de adopción y uso efectivo de tecnologías digitales. A través de la integración de estas tecnologías, se pretende mejorar la eficiencia operativa, aumentar la competitividad y contribuir al desarrollo económico sostenible de la comunidad.

Objetivos de la propuesta

Objetivos general

- Implantar estrategias y herramientas tecnológicas que permitan mejorar la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.

Objetivos específicos

- Identificar las necesidades y desafíos actuales de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.
- Establecer estrategias y soluciones específicas utilizando tecnologías digitales para

fortalecer la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio.

- Implementar sistemas de gestión digital para las pequeñas y microempresas de la parroquia El Cambio.

Objetivo de la programación

Son las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio en la Ciudad de Machala mediante la adopción y uso efectivo de tecnologías digitales. Esto se logrará a través de la implementación de herramientas tecnológicas que mejoren la eficiencia operativa, optimicen la toma de decisiones y reduzcan los costos operativos. Además, se busca aumentar la competitividad de estas empresas, permitiéndoles acceder a nuevos mercados y responder rápidamente a las demandas del entorno empresarial. Finalmente, el proyecto pretende fomentar una cultura organizacional que valore la innovación y la sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo económico sostenible de la comunidad.

Beneficios

- Implementación de herramientas digitales que automatizan procesos y reducen errores humanos.
- Optimización de la toma de decisiones mediante el uso de sistemas de información avanzados.
- Acceso a tecnologías que permiten competir eficazmente en mercados locales y globales.
- Capacidad de respuesta rápida a las demandas del entorno empresarial.
- Optimización del uso de recursos y reducción de gastos a través de tecnologías digitales.
- Implementación de prácticas que mejoren la gestión y administración diaria de las empresas.

Valoración de la factibilidad:

Dimensión técnica

Las tecnologías digitales necesarias para mejorar la eficiencia operativa y la gestión empresarial están ampliamente disponibles y son accesibles. Además, muchas de estas herramientas son intuitivas y cuentan con soporte técnico y capacitación, lo que facilita su implementación y uso efectivo por parte de las pequeñas y micro empresas.

Dimensión económica

La adopción de tecnologías digitales puede significar una inversión inicial, pero los costos se ven mitigados por el aumento en la eficiencia operativa y la reducción de costos a largo plazo. Además, al ser un programa gratuito para los beneficiarios, se elimina la barrera económica inicial para las pequeñas y micro empresas. El aumento en la competitividad y la capacidad de acceder a nuevos mercados también contribuyen a la viabilidad económica del proyecto.

Dimensión social

La propuesta fomenta el desarrollo de habilidades y conocimientos en el uso de tecnologías digitales, beneficiando a la comunidad empresarial de la Parroquia El Cambio. Además, al mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas locales, se promueve el desarrollo económico y social de la comunidad. El incremento en la confianza y satisfacción del cliente también tiene un impacto social positivo.

Dimensión ambiental

La implementación de tecnologías digitales puede contribuir a la sostenibilidad ambiental al optimizar el uso de recursos y reducir los costos operativos. Además, la adopción de tecnologías digitales puede reducir la necesidad de desplazamientos físicos, disminuyendo así la huella de carbono.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

De acuerdo de los resultados obtenidos de la investigación se determinó que el proyecto de fortalecimiento de la gestión y competitividad de las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio mediante la adopción de tecnologías digitales es altamente viable y tiene el potencial de generar un impacto significativo en la comunidad empresarial local. Al abordar las barreras actuales de eficiencia operativa y competitividad, la propuesta no solo mejora el rendimiento de estas empresas, sino que también contribuye al desarrollo económico sostenible de la región.

Además, el proyecto promueve una cultura de innovación y sostenibilidad, elementos esenciales para el crecimiento a largo plazo. La implementación de tecnologías digitales no solo optimiza la gestión empresarial, sino que también mejora la experiencia del cliente, fomenta la transparencia y aumenta la confianza en las transacciones comerciales.

Finalmente, esta propuesta transformará las pequeñas y micro empresas de la Parroquia El Cambio en entidades más eficientes, competitivas y sostenibles, preparándolas para enfrentar los desafíos del entorno empresarial moderno y contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad.

Recomendaciones

- Implementar programas de formación continua para asegurar que los empresarios y sus equipos adquieran las habilidades necesarias para utilizar eficazmente las tecnologías digitales.
- Crear un sistema de seguimiento y evaluación para medir el impacto de la adopción de tecnologías digitales en la eficiencia operativa, competitividad y sostenibilidad de las empresas.
- Promover una cultura organizacional que valore la innovación, incentivando a los

empleados a adoptar y sugerir nuevas tecnologías y métodos de trabajo.

- Adaptar las soluciones tecnológicas a las necesidades específicas de cada empresa, considerando su tamaño, sector y nivel de desarrollo digital.
- Desarrollar campañas de sensibilización y capacitación sobre el comercio electrónico, destacando sus beneficios y enseñando cómo utilizarlo de manera efectiva.
- Incorporar prácticas sostenibles en el uso de tecnologías digitales, como la reducción del uso de papel y la promoción del teletrabajo, para minimizar el impacto ambiental

Referencias

- Álvarez González, I., & Labrada Díaz, R. (14 de Octubre de 2020). El objeto y el campo en la investigación científica. *Centro de Información y Gestión Tecnológica y Ambiental de Las Tunas, Cuba*, 26(4), 10. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/442/4422456009/>
- Álvarez, F., & Toledo, M. (2022). Digitalización de las Pymes en América Latina. *All of Sciotecca*, 4. <https://sciotecca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1970/Policy%20Paper%20%2312%20-%20Digitalizaci%3b%20de%20las%20PyMEs%20en%20Am%3a%20Latina.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Arispe Alburqueque, C., Yangali Vicente, J., Guerrero Bejarano, M., Lozada de Bonilla, O., Acuña Gamboa, L., & Arellano Sacramento, C. (2020). *LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Repositorio Digital UIDE. <chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Ayestarán, E. A. (2016). El imperativo digital: la gestión empresarial en la era digital. *boletín de estudios economicos*, 71, 457. <https://www.proquest.com/openview/937dd70ffd9891528166c574e613b67d/1?cbl=1536340&pq-origsite=gscholar>
- Barrientos Felipa, P. (2017). Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos. *Revista Finanzas Y Política Económica*, 9(1), 43-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2017.9.1.3>
- Batista Castillo, A., & Guacari Villalba, W. (2018). Gestión empresarial y competitividad en las MiPymes del centro comercial nueva Colombia de la ciudad de Cartagena. *Revista INNOVA ITFIP*, 3(1), 77. <https://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/41>
- Beltrán Mora, M., Pinales Carvajal, V., & Ledesma Álvarez, G. (2019). El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial. *RECIMUNDO*, 3(3), 660.

- [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3.Esp\).noviembre.2019.659-681](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3.Esp).noviembre.2019.659-681)
- Bernal Jiménez, M. C., & Rodríguez Ibarra, D. L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 87. <https://doi.org/https://doi.org/10.22517/23447214.20401>
- Bernal Jiménez, M., & Rodríguez Ibarra, D. (Marzo de 2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 87. [https://doi.org/ https://doi.org/10.22517/23447214.20401](https://doi.org/https://doi.org/10.22517/23447214.20401)
- Campos Sánchez, S., Cedeño Palacios, C., Palma García, Y., & Campos Sánchez, V. (2021). Los negocios digitales y su importancia en la era actual. *Dialnet*, 7(1), 1036-1038. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385930>
- Castillo Bustos, M. (2021). Técnicas e instrumentos para recoger datos del hecho social educativo. *Revista Científica Retos De La Ciencia*, 5(10), 53. <https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/349>
- CEPAL. (2020). Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*, 7, 23-24. Comisión Económica para América Latina y el Caribe
- CEPAL. (2021). Tecnologías digitales para un nuevo futuro. *Documentos de proyectos e investigación*, 7. <https://hdl.handle.net/11362/46816>
- Cisneros Caicedo, A., Guevara García, A., Urdánigo Cedeño, J., & Garcés Bravo, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. *Dominio De Las Ciencias*, 8(1), 1172. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>
- Cvetkovic Vega, A., Maguiña, J., Soto, A., Lama Valdivia, J., & Correa López, L. (16 de Diciembre de 2020). ESTUDIOS TRANSVERSALES. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 179. <https://doi.org/https://doi.org/10.25176/RFMH.v21i1.3069>
- Delgado Fernández, T. (2021). Taxonomía de Transformación Digital. *Revista Cubana De*

- Transformación Digital*, 1(1), 4. <https://rctd.uic.cu/rctd/article/view/62>
- Echeverría Olaya, A. P. (2016). Desarrollo de estrategias de marketing para los establecimientos de comidas mediante el E-Marketplace. *Repositorio Universidad de Guayaquil*, 35-36-37.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/43152>
- El Reglamento Europeo de Protección de datos. (2018). Protección. garantía de los derechos digitales. *Ley Orgánica*, 3. https://www.intedya.com/internacional/fichasproducto/Presentacion_ley-organica-de-proteccion-de-datos-personales-y-garantia-de-los-derechos-digitales.pdf
- Espinoza Freir, E. E. (2018). El Problema de la Investigación. *REVISTA CONRADO*, 14(64), 31.
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/808/816>
- Espinoza Freire, E. (2023). La enseñanza de las ciencias sociales mediante el método deductivo. *Revista Mexicana De Investigación E Intervención Educativa*, 2(2), 36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62697/rmiie.v2i2.50>
- Esteban Nieto, N. (2018). TIPOS DE INVESTIGACIÓN. *Core*, 2. <https://core.ac.uk/reader/250080756>
- Falcón, V., Pertile, V., & Ponce, B. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales : Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018). *fahce*, 1.
https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- Galarza, C. R. (21 de Octubre de 2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Gamboa Graus, M. (2018). Estadística aplicada a la investigación educativa. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*(2), 9.
<https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/427>
- García, M. P. (2019). Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del comercio internacional. *Dialnet* , 66-67-69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6780192>
- Gómez Escalonilla, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 12(1), 116.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/MEDCOM000018>
- Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 165. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Guzmán, V. (2021). El método cualitativo y su aporte a la investigación en las ciencias sociales. *Revista De Empresa Y Gobierno*, 1(4), 21-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/j.rg.2021.04.002>
- Haro Sarango, A. (2021). El Marketing Digital: Un medio de digitalización de las Pymes en Ecuador en tiempos de pandemia. *Investigación y Desarrollo*, 14(1), 119. <https://doi.org/https://doi.org/10.31243/id.v14.2021.1277>
- Hernandez Mendoza, S., & Duana Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Julio Quintana, P. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista Enfoques*, 16(4), 276. <https://doi.org/https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>
- López Falcón, A., & Ramos Serpa, G. (2021). Acerca de los métodos teóricos y empíricos de investigación: significación para la investigación educativa. *Revista Conrado*, 17(3), 27. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2133/2079>
- Mahou Fernández, A. L., & Díaz Pérez de Lama, S. (2018). La cuarta revolución industrial y la agenda digital de las organizaciones. *Dialnet*, 407, 95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6535711>
- Maliqueo Pérez, C., González Candia, J., Mardones Espinosa, R., & Ardiles Briones, M. (2021). Gestión de personas y las barreras para innovar en la transformación digital. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 529. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890442>
- Medina Chicaiza, P., Chango Guanoluisa, M., Corella Cobos, M., & Guizado Toscano, D. (2022). Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual. *Journal of Science and*

- Research*, 7, 767. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7726439>
- Monjarás Ávila, A., Bazán Suárez, A., Pacheco Martínez, Z., Rivera Gonzaga, J., Zamarripa Calderón, J., & Cuevas Suárez, C. (2019). Diseños de Investigación. *Educación Y Salud Boletín Científico Instituto De Ciencias De La Salud Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo*, 8(15), 119. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/icsa.v8i15.4908>
- Nagel, J. (2012). Principales barreras para la adopción de las TIC en la agricultura y en las áreas rurales. *Documentos de proyectos e investigación*, 8-9. <https://hdl.handle.net/11362/4011>
- Naranjo, E. S. (2018). Metodología de la investigación para las ciencias contables. *Dialnet*, 16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5523061>
- Ochoa Pachas, J., & Yunkor Romero, Y. (2022). Los estudios explicativos en el campo de las ciencias sociales. *ACTA JURÍDICA PERUANA*, 4(1), 95. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/277>
- Ochoa, J., & Yunkor, Y. (20 de Febrero de 2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. *ACTA JURÍDICA PERUANA*, 2(2), 5. <http://201.234.119.250/index.php/AJP/article/view/224>
- Otero Iglesias, Jacinta, Barrios Osuna, Irene, & Prieto Márquez, Gerardo Ángel. (2006). El objetivo en el contexto de la dirección estratégica, el proceso docente y la investigación científica. *Revista Cubana de Salud Pública*, 32(3), 8. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21420864014>
- Perdigón Llanes, R., Viltres Sala, H., & Madrigal Leiva, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas* 2018, 12(3), 199. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=378365832014>
- Ramos Montiel, R., Cabrera Cabrera, G., Urgiles Urgiles, C., & Jara Centeno, F. (2019). Aspectos metodológicos de la investigación. *Revista Científica de Investigación Actualización del Mundo de las Ciencia*, 3(18), 203. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.\(3\).septiembre.2018.194-211](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/2.(3).septiembre.2018.194-211)
- Rendón Trejo, A., Pomar Fernández, S., & Martínez Vázquez, G. (2019). Factores que contribuyen en la adopción del comercio electrónico en las Mipymes. *Política Y Cultura*(58), 1.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.24275/DGDD9171>
- Romero Restrepo, J. C. (2022). Negocios y tecnología: los partidarios para generar competitividad empresarial. *Ciencia Unisalle*, 5-9. https://ciencia.lasalle.edu.co/negocios_relaciones/274/
- Sabaj Meruane, O., & Landea Balin, D. (2012). Descripción de las formas de justificación de los objetivos en artículos de investigación en español de seis áreas científicas. *Revista Onomázein*, 316. <https://doi.org/https://doi.org/10.7764/onomazein.25.15>
- Silber, J. M. (2007). Proyecto de investigación: La formación pedagógica de profesores en la carrera de Ciencias de la Educación y en otros profesados de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. *Archivos De Ciencias De La Educación*, 1(1), 1. https://www.archivosdeciencias.fahce.unlp.edu.ar/article/view/ARCHv01n01a09/pdf_72
- Suárez Espinar, M. (2018). Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 8(3), 45. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.57>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). *Supercias*. https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/recursos/archivos/ranking_2022.xlsx
- Tantaleán Odar, R. (2019). El problema de investigación jurídica. *Dialnet*(57), 466. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7014404>
- Tapia, L., Palomino, M., Lucero, Y., & Valenzuela, R. (2019). Pregunta, hipótesis y objetivos de una investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 34. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.003>
- Tello Cabello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex-Revista de la facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 12(14), 204. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>
- Zavala Choez, F., & Vélez Moreira, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Ciencias económicas y empresariales*, 6(3), 279. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>

Anexos