

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL COMO FACTOR DE VENTAJA
COMPETITIVA EN MIPYMES DE AZOGUES-ECUADOR

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

AUTOR: MARÍA DEL CARMEN RODRÍGUEZ PORTILLA

DIRECTOR: ING. JUAN SOLÍS MUÑOZ, MBA.

AZOGUES - ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

María del Carmen Rodríguez Portilla portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0302992912**. Declaro ser el autor de la obra: **“La transformación digital como factor de ventaja competitiva en MiPymes de Azogues-Ecuador”**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Azogues, **19 de abril de 2022**

F: 

María del Carmen Rodríguez Portilla

C.I. 0302992912

Azogues, 19 de abril de 2022
Oficio No. 066-JSM-DI-UCACUE-SEDE AZOGUES-22

3

ASUNTO: Certificación de trabajo de titulación

Señores

Biblioteca

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA -CAMPUS UNIVERSITARIO DE AZOGUES

Su despacho. -

De mi consideración:

Dígnese recibir mi saludo efusivo con el sincero deseo de bienestar para usted y su digna familia.

Certifico que bajo mi tutoría, la estudiante Maria del Carmen Rodríguez Portilla, portadora de la cédula de identidad No. 0302992912 elaboró el trabajo de titulación previa la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas con el título: "La transformación digital como factor de ventaja competitiva en MiPymes de Azogues- Ecuador" a satisfacción.

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente,


Ing. Juan Bautista Solís Muñoz, MBA
Docente- Investigador

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico ante todo a Dios porque gracias a sus bendiciones diarias pude llegar hasta aquí y lo más importante me dio la fuerza para seguir adelante y lograr con éxito las metas que me propuse.

En segundo lugar, doy gracias a mi familia, quienes han sido mi apoyo incondicional y motivo de progreso, ya que con su trabajo y sacrificio he podido salir adelante.

Gracias a mis compañeros de clase por ayudarse mutuamente con las tareas y las investigaciones.

Y de manera muy especial agradecer a mi madre por todos los sacrificios y el apoyo constante que me dio un motivo para seguir adelante, con muchas ganas de mejorar cada día, y a ella le dedico este proyecto con todo mi amor y cariño.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la vida y sobre todo salud, a mi familia por brindarme su apoyo y comprensión ya que sin su ayuda no habría podido hacer realidad este sueño de poder convertirme en una futura profesional, de manera especial a mi Madre por todo su sacrificio que ha hecho para apoyarme en mis estudios y así poder lograr mi sueño de ser una licenciada en Administración de Empresas. A mis docentes por compartir sus conocimientos, a la Universidad, a la Facultad por permitirme estudiar y lograr mi meta establecida.

En especial a mi tutor por su ayuda, paciencia, por todo el tiempo dedicado y los conocimientos brindados. A mis padres por la vida y por enseñarme a vivirla. Por último, pero no por eso menos importante a todos mis familiares y amigos.

Resumen:

En la actualidad la mayoría de empresas han optado por transformarse digitalmente pese que, en los tiempos anteriores la digitalización era vista solo como una ayuda para aumentar la productividad y los ingresos. La presente investigación tiene como propósito Determinar el nivel de asociación entre la transformación digital y la ventaja competitiva en las MiPymes de Azogues-Ecuador tomando en cuenta que hoy por hoy es un requisito fundamental para que las empresas puedan seguir compitiendo en el mercado en el que se encuentran. También se puede manifestar que la transformación digital ha sido de gran ayuda para sobrellevar la pandemia del COVID-19 en las empresas que ya la mayoría de estas comercializan sus bienes o servicios por medio de las diferentes plataformas digitales y otras trabajaban mediante el teletrabajo, la tecnología es una herramienta muy útil ya que ayuda a conocer las necesidades del consumidor y brindarle un bien o servicio que satisfaga sus necesidades, se menciona también que una empresa que desea permanecer en el mercado debe innovar y la transformación digital es una forma de hacerlo.

Palabras clave: Difusión de innovaciones, Ecuador, emprendimiento, transformación digital, ventaja competitiva

Abstract

RODRIGUEZ PORTILLA MARIA DEL CARMEN

7

Nowadays, most companies chosen to go digital, whereas in the past, digitization was seen only as an aid to increase productivity and income. The purpose of this research is to determine the level of association between digital transformation and competitive advantage in MSMEs in Azogues-Ecuador, taking into account that today it is a fundamental requirement for companies to continue competing in the market in which they are located. It can also be said that the digital transformation has been of great help to overcome the pandemic of Covid-19 in the companies that market their goods or services through different digital platforms and others that worked through teleworking. Technology is a very useful tool since it helps to know the consumers' needs and provide them with a good or service that satisfies their requirements. It is also mentioned that if a company desire to remain in the market, it must innovate, and digital transformation is one way to do so.

Keywords: diffusion of innovations, Ecuador, entrepreneurship, digital transformation, competitive advantage.

Azogues, 22 de abril de 2022

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO.



Abg. Liliana Urgilés Amoroso, Mgs.
COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS AZOGUES

Tabla de contenido

Introducción	9
Aproximaciones teóricas alrededor de la transformación digital en las MiPymes	13
Teoría del emprendimiento.....	13
Teoría de la innovación:	14
Teoría del conocimiento:	14
Transformación digital:	15
Ventaja competitiva	17
Inclusión digital	18
Conocimiento digital	20
Materiales y métodos: Metodología	20
Población.....	21
Marco maestral	21
Muestra.....	22
Comportamiento de las variables de control	23
Ingreso mensual	23
Estado civil	24
Nivel de Escolaridad	24
Edad	25
Correlaciones entre las variables independientes y la variable dependiente	25
Discusión	27
Reflexiones finales	28
Referencias	29

La transformación digital como factor de ventaja competitiva en MiPymes de Azogues-Ecuador

Introducción

La transformación digital como factor de ventaja competitiva en las MiPymes de Azogues- Ecuador se interesa por encontrar aspectos introductorios que den forma al fenómeno de investigación. Según CEPAL (2021) menciona que el 90% de las empresas del mundo han implementado las tecnologías en los procesos productivos. Se menciona que la implementación de estas tecnologías ha ayudado a que las empresas sigan desarrollando sus actividades comerciales. La transformación digital en las empresas genera nuevas oportunidades en el mercado.

Las empresas del mundo han optado por implementar las nuevas tecnologías en sus procesos productivos ya que ayudan a tomar en cuenta todos los recursos que existen en la empresa y poder responder de una manera más rápida a los inconvenientes que se presentan en su entorno. Se menciona que la digitalización en las empresas ayuda a analizar los cambios que se pueden generar en el entorno y tomar toda la información posible para tomar medidas dentro de la empresa para que estos cambios no afecte de manera negativa en los procesos que desarrollan las diferentes organizaciones, en ocasiones con la toma de la información pertinente a los cambios generados se puede generar un pronóstico para los próximos posibles cambios en el entorno. La transformación digital en los tiempos de antes era vista como un extra para aumentar la productividad, los ingresos y ventaja competitiva, hoy en día es vista como un

requisito para que las empresas sobrevivan en el mercado (Aguilar y Santillán, 2021).

En el contexto Latinoamericano, países como: Brasil, Chile, Paraguay han fortalecido la transformación digital, en Brasil cerca del 64% de las empresas más grandes han optado por poseer nuevas tecnologías, el 43% de las empresas que poseen de 10 a 49 trabajadores también se sumaron a la transformación digital de igual manera lo hicieron el 53% de las empresas que poseen de 50 a 249 empleados. Por otro lado, se observa que el 65% de las empresas grandes de Chile han aplicado esta mencionada transformación digital, lo que se ha visto en tan solo el 34% de las Pymes. (CEPAL, 2020).

Recalde (2021), menciona que en el caso de Paraguay el nivel de las empresas que han implementado la transformación digital es bajo en relación a otros países de Latinoamérica, siguiendo las palabras de Santander, se dice que, mediante una comparación entre los países de Latinoamérica y los países europeos, las empresas de Europa han implementado la transformación digital en sus procesos ya que la economía en dichos lugares es más avanzada y cuentan con fibras de internet de alta velocidad, de igual manera se menciona que en estos lugares no importa el tamaño de las empresas para que se pueda originar la transformación digital. Por otro lado, al realizar una comparación entre las empresas de los países Latinoamericanos con las empresas de países avanzados: Corea, España y Alemania se indica que las organizaciones de Latinoamérica tanto medianas y grandes han adoptado un nivel similar de sitios web en relación a las de los países avanzados, pero en correlación a las organizaciones pequeñas de estos estados se observa que el nivel de adopción de las de Latinoamérica son inferiores a las de los países avanzados.

Una mirada al contexto ecuatoriano menciona que existen alrededor de 20 mil MiPymes en el país para el 2021, de este modo, el Ecuador se presenta en 4to lugar entre los países de Latinoamérica en poseer las diferentes tecnologías dentro de las empresas, de igual manera se menciona que las empresas ecuatorianas han sobrellevado la pandemia del COVID 19 con la implementación de la tecnología. Se menciona que el 82,3% del total de MiPymes del Ecuador han incrementado la transformación digital en los procesos que realizan, exactamente el 48,6% de las microempresas han implementado tecnologías, de las empresas medianas tan solo el 56,9% y finalmente las empresas pequeñas tan solo un 52,8% optaron por incluir la tecnología en los procesos que realizan (Ministerio de telecomunicaciones, 2021).

Siguiendo la línea de pensamiento de Lasio y Samaniego (2018) se indica que la transformación digital en las empresas ecuatorianas juega un papel muy importante ya que permite establecer una serie de estrategias que serán desarrolladas en favor de la empresa. En ciertas organizaciones la transformación digital, ha sido de gran ayuda ya que estas se dedican a comercializar productos y pueden usar estas plataformas digitales como una herramienta de comercialización lo que genera ventaja competitiva ante la competencia, de este modo, se establece que es sumamente importante que las empresas ecuatorianas se adapten a la transformación digital ya que a raíz de la pandemia del COVID 19 la mayoría de organizaciones que comercializan productos los expenden por los medios tecnológicos, otras organizaciones han tenido que adaptarse a la transformación digital ya que no quieren desaparecer

del mercado, cabe mencionar que una organización que desea alcanzar el éxito debe innovar, y al transformar la empresa digitalmente está innovando.

Sigüenza, Jácome y Erazo, (2021) mencionan que en el cantón Azogues, cerca del 90% de las MiPymes implementaron la tecnología en los procesos que realizan, para sobrellevar el impacto ocasionado por el COVID 19 muchos emprendimientos de la ciudad tuvieron que recurrir a la transformación digital, muchas de ellas optaron por el teletrabajo, otras desempeñaban actividades comerciales en la red, y otras gestionaban las labores realizadas por sus trabajadores mediante el uso de estas tecnologías. En tal sentido se plantea el problema científico:

¿Es posible la transformación digital como factor de ventaja competitiva en las MiPymes de Azogues, Ecuador?

Si las empresas del cantón Azogues no implementaran las nuevas tecnologías, estas no podrían acceder al servicio de compra y venta de productos en línea este proceso ayuda a generar un incremento en los ingresos, de igual manera se menciona que una organización que no se transforma digitalmente no podrá mejorar los procesos que realiza para la elaboración de su producto ya que no poseen los recursos necesarios para que exista una innovación.

Se menciona que en la actualidad la implementación de la tecnología en las empresas no es un lujo, sino que es vista como algo necesario que todas las organizaciones deben poseer ya que al tener estas tecnologías las empresas están en el mismo nivel para poder competir entre ellas, se dice que, al no poseer estas tecnologías, no tiene el mismo nivel de productividad en relación a otra empresa que si las posee.

De igual manera se menciona que la transformación digital juega un papel muy importante dentro de las MiPymes ya que con la ayuda de estas herramientas tecnológicas se puede conocer cuáles son las principales necesidades que tiene un consumidor y darle una solución. Por medio de la transformación digital, muchas empresas han podido lograr sus objetivos, siendo cada día más exitosa en el mercado en el que compite. De este modo, en el contexto específico de estudio es importante Determinar el nivel de asociación entre la transformación digital y la ventaja competitiva en las MiPymes de Azogues- Ecuador.

Aproximaciones teóricas alrededor de la transformación digital en las MiPymes

En este apartado se desarrollan las teorías y estudios aplicados que presentan definiciones de conceptos y evidencia estadística de comprobaciones de las variables que inciden positivamente en la ventaja competitiva de las MiPymes.

Teoría del emprendimiento: Se define como la creación de nuevas empresas, estas dependen de una persona, la cual es conocida como emprendedor. Se conoce que esta persona debe analizar ciertos rasgos del consumidor para que su negocio pueda alcanzar el éxito en el mercado, entre los principales están: los gustos, sus preferencias, su perfil, al realizar este pequeño análisis del consumidor se diferencia de su competencia. (Terán y Guerrero, 2020)

De igual manera López y Rivera (2020) mencionan que la teoría del emprendimiento es un conjunto de tres componentes (emprendedor, capital e

idea) se cree que cuando un emprendimiento no es exitoso se debe a la escasez de uno de estos componentes.

Teoría de la innovación: Para Suárez, Erbes y Barletta (2020) la innovación es cambiar o alterar las cosas introduciendo algo nuevo, para las empresas innovar es un requerimiento si quieren seguir siendo competitivas en su entorno, ya que cada vez es más complejo y cambiante. Se dice que la innovación no es un concepto fácil de entender, muchas empresas no lo conocen bien y es por esto que su crecimiento se ve afectado. Pero, por otro lado, la innovación no siempre se trata de crear algo nuevo, sino que a veces se trata de mejorar algo que ya existe.

Ortiz y Nagles (2013) establecen que la teoría de la innovación es crear algo nuevo en una empresa, lo cual ayuda a generar una ventaja competitiva, de esta manera la empresa tiene más oportunidades de seguir creciendo en el entorno en el que se encuentra alcanzando todos los objetivos que se ha propuesto. De este modo, se establece que en momentos inciertos o de turbulencia dentro de una empresa la innovación juega un papel muy importante ya que ayuda a crear soluciones para salir de esas circunstancias.

Teoría del conocimiento: Para Moncada (2019), la teoría del conocimiento es una rama de la filosofía, es el proceso que se lleva a cabo para que un determinado individuo pueda desenvolverse en el entorno, es una teoría que interrelaciona al sujeto con el objeto con el fin de generar nuevas sapiencias a partir de los sentidos y la experiencia, pero también se menciona que el conocimiento no es más que un recuerdo de lo antes conocido.

Transformación digital: Para Delgado, (2020), la transformación digital implica la incorporación de tecnologías en las actividades que las empresas realizan. A raíz de la pandemia la tecnología ha jugado un papel muy importante para que exista la conectividad entre las personas, esto ha permitido que exista una mayor productividad en las actividades diarias, ya sean educativas, sociales, culturales, de entrenamiento, de comunicación e información, entre otras. Es decir, con la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas las actividades productivas han mejorado y por lo tanto brindan un mejor servicio a los clientes.

Adicionalmente, es importante conocer la diferencia entre transformación digital y digitalización, ya que son términos muy similares, pero no iguales, de este modo, se establece que la digitalización tan solo es incorporar la tecnología en una empresa, pero la transformación digital corresponde a los cambios que la organización tiene al usar de manera correcta estas tecnologías, con el fin de obtener un beneficio (López, 2021).

Se menciona que la transformación digital es el proceso de cambiar una organización con nuevas maneras de trabajar usando la tecnología. Este cambio genera un pensamiento diferente, fomenta la innovación, crea nuevos modelos de negocio, aprovecha la tecnología para mejorar la experiencia de los colaboradores, clientes, proveedores, socios y en general a todas las partes que se sienten interesadas por la organización (Delgado, 2020).

El aporte de Leal y Quevedo (2019), establece que la transformación digital no solo se basa en implementar la tecnología a la organización y, por ende, su correcto uso, sino que toma en cuenta cómo afecta a sus integrantes y

la transformación por la que deben pasar para disfrutar de sus ventajas y evitar inconvenientes en la empresa.

Maliqueo, González, Mardones y Ardiles (2021), establecen que la transformación digital para las empresas genera un cumulo de beneficios, entre los cuales se puede mencionar que genera nuevas oportunidades en el entorno en el que se desenvuelve, mayor competitividad, flexibilidad al cambio, innovación, crecimiento y mejores ingresos.

De acuerdo a Giraldo (2019), la transformación digital es un proceso complicado ya que conlleva una serie de responsabilidades para los integrantes de la organización, pero, no obstante, la digitalización promueve un trabajo más eficiente, los procesos se vuelven más fáciles y rápidos de realizarlos, en ocasiones existe un ahorro económico.

Gallegos (2021), dice que el COVID 19 fue el impulsor para que las empresas puedan acogerse a la transformación digital, y de igual manera se menciona que la pandemia fue un factor para que muchos emprendimientos fracasen. Se afirma que a pesar de las dificultades que se presenten en el proceso de transformación, es de gran ayuda para las empresas ya que pueden seguir creciendo y obteniendo el éxito.

Según las palabras de Chiriboga y Pardo (2021) la transformación digital no es una opción sino más bien es una realidad para las empresas que deseen seguir creciendo en el mercado, dicha transformación hace que las organizaciones sean más competitivas en su entorno, y las que no se acojan a este cambio simplemente serán derrotas y por ende fracasaran.

Magro (2020), habla sobre las ventajas que la transformación digital brinda en una organización, entre ellas se puede mencionar que facilita la toma de decisiones y el acceso y análisis de la información, menciona que la implementación de redes sociales o de softwares de gestión empresarial son de gran ayuda para recabar información, dichos datos reflejan el estado de la empresa, la opinión de los consumidores, sus necesidades y la toma de decisiones será mucho más fácil y por ende el alcance de los objetivos.

Ventaja competitiva: Arellano (2017), menciona que la ventaja competitiva ayuda que la empresa sea reconocida fácilmente en el mercado, se recalca que una compañía al contar con una ventaja competitiva posee un valor exclusivo y conserva superioridad ante la competencia, de igual manera se menciona que hace referencia a las características de un determinado bien o servicio, a la forma de producción y la manera en la que la empresa expende lo productos.

Para Romero, Sánchez, Rincón y Romero (2020), la ventaja competitiva no surge de la casualidad ni es espontanea, de este modo se explica que para si una empresa desea alcanzar la ventaja competitiva en el mercado debe trabajar duro y ser perseverante, en el producto que la organización expende se deben presentar características que sean únicas para que pueda ser diferenciado entre los de la competencia.

En este sentido para Garcés y Paneca (2019) la ventaja competitiva es la oportunidad que la empresa posee al situarse en el mercado como la mejor entre su competencia, es todo aquello en lo que la empresa supera a sus rivales, esto es lo que les importa a los consumidores, es muy difícil que sea imitado por la competencia. Esta ventaja competitiva puede ser tanto tangible como intangible.

Desde el punto de vista de Morales (2017) la ventaja competitiva en una organización es representada por la capacidad de innovar y mejorar, de la misma manera se menciona que las empresas deben estar dispuestas al cambio, este personaje en su texto menciona que la mejor estrategia que una organización puede mantener es conservar un recurso difícil de ser imitado por la competencia, esto es lo que le genera valor ante los consumidores.

Una organización puede obtener una ventaja competitiva cuando logra diferenciarse de sus rivales al brindar bienes o servicios que sean únicos en el mercado y que los consumidores lo aprecien, se recomienda que la empresa que desea obtener una ventaja competitiva observe las necesidades del consumidor para ofrecer un producto o servicio que pueda satisfacer a sus insuficiencias (Treviño, Rivera y Garza 2020).

Inclusión digital: De acuerdo a González (2020), la inclusión digital hace referencia al ingreso de los individuos a la tecnología de la información comunicación (TIC), de este modo una persona que es incluida a la digitalización no es la que tan solo usa términos tecnológicos para expresarse, una incluida digital es el que usa sus conocimientos para mejorar la calidad de vida que posee.

Siguiendo las palabras de González se puede mencionar que existen 3 instrumentos básicos para que se dé la inclusión digital, estos son: 1 un instrumento tecnológico, 2 acceso a internet y 3 conocimientos tecnológicos, el mismo autor menciona que estos tres elementos siempre deben estar juntos, si uno falta no existirá la inclusión digital.

Ahora bien, como lo menciona Paguay (2021), la inclusión digital no solo implica acceder a los dispositivos tecnológicos, a las redes sociales y demás, sino que va más allá, a estar al tanto de cómo manejar y emplear las herramientas digitales de una manera apropiada.

Del mismo modo, Rosas y Ovando (2018) manifiestan, que la inclusión digital es un principio básico para maximizar los beneficios de la digitalización, de este modo se explica que la inclusión digital en un individuo genera muchas ventajas, entre ellas se puede enumerar que: tendrá mayores oportunidades laborales, el tiempo será mejor aprovechado, las tareas serán más fáciles de realizarlas, puede adquirir nuevos conocimientos, entre otras.

Por otro lado Escuder (2019), cree que la inclusión digital es un fenómeno difícil de explicar, establece que su objetivo es eliminar la brecha digital conocida a esta como la desigualdad en el acceso al internet y afecta al 52% de las mujeres y al 42% de los hombres en el mundo, se menciona que esta grieta se ve afectada en ciertos lugares más que en otros, como es el caso de África que tan solo el 39,3% de sus habitantes tienen acceso al internet, frente al 87,2% de los habitantes de Europa y el 94,6% de los norteamericanos.

La inclusión digital es muy importante en una empresa ya que genera varias oportunidades de superación y de mejora para todas sus áreas. Se menciona también que la digitalización ayuda a conocer los cambios o riesgos que la organización se puede enfrentar y plantear una posible solución. Adicional a esta información se recalca que la inclusión digital ayuda a encontrar nuevas ideas de innovación para añadir valor a los productos y servicios que brindan las MiPymes (Dini, Gligo y Patiño 2021).

Conocimiento digital: Para Lara y Grijalva (2021), el conocimiento digital es la capacidad para desenvolverse tanto profesional como personalmente en un entorno cambiante usando medios tecnológicos, además menciona que el personal que posee el conocimiento requerido puede utilizar de manera eficiente recursos y herramientas digitales, aumentando la productividad de la empresa.

Materiales y métodos: Metodología

El tipo de investigación es exploratoria y descriptiva. Es exploratoria porque el investigador parte de un contexto específico de estudio que es la transformación digital como factor de ventaja competitiva en las MiPymes de Azogues, Ecuador. Es descriptiva porque el investigador subyace en las fuentes teóricas para encontrar una respuesta teórica a priori (Hernández, Fernández y Baptista, 2017).

La presente investigación es cuantitativa porque presenta datos traducidos en porcentajes, valores absolutos y relativos, tablas estadísticas comprobadas en función a las categorías de estudio. Es decir, las variables de investigación (Rodríguez y Cabrera, 2007).

La presente investigación es transversal o transeccional porque se toma en un solo momento la información de campo, se la tabula y se la interpreta. El estudio es no experimental porque el investigador no manipula deliberadamente las variables. Los resultados son presentados tal y como se presenta el fenómeno (Rodríguez y Mendivelso, 2018).

La investigación es no probabilística porque la información no corresponde a bases de datos obtenidos con metodología rigurosa que permita

aleatoriamente la misma oportunidad de análisis a los sujetos de investigación. El sujeto de investigación es el emprendedor de la ciudad de Azogues. La investigación parte de una población finita de 5610 MiPymes. El marco muestral constituye todo listado, registro, tablas de los sujetos de investigación (Scharager y Reyes, 2001).

Se usará como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se procederá a la validación del contenido de los ítems del instrumento mediante la técnica de consenso de expertos. Se elige un número impar entre 3 a 5 expertos y se les pide su criterio considerando al ítem 1 nada relevante, 2 poco relevante, 3 relevante y 4 muy relevante. Se suma por cada ítem el puntaje de los expertos y se divide para el número de expertos. Los ítems con un promedio de 3 hasta 4 se quedan de lo contrario se eliminan. El experto calificara si el ítem mide el concepto de la variable.

Población

La población utilizada en la presente investigación es finita ya que está enfocada únicamente en las MiPymes del cantón Azogues. Los datos obtenidos son recuperados de la Base de Directorio de Empresas en el Ecuador que es proporcionada por el INEC. Por tanto, el objeto de estudio tiene una población de 5610 MiPymes, este dato será utilizado para la presente investigación (Rositas, 2014).

Marco muestral

El marco muestral para la presente investigación comprende a todas las MiPymes del cantón Azogues que constan en las bases de datos públicas (Rositas, 2014).

Muestra

El muestreo utilizado para la presente investigación es de tipo probabilístico debido a que se cuenta con el número de MiPymes del cantón Azogues.

El tamaño de la muestra se lo obtuvo mediante el uso de la fórmula que Rositas (2014), propone en su artículo para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Npq}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + pq}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

p= porcentaje estimado antes del muestreo de elementos de la población en los que se espera que se presente un cierto atributo.

q= es la proporción que espera el investigador en la que no se presente el atributo de interés (1-P)

e= valor del error estimado

z= es un valor de la distribución normal estandarizada correspondiente a un cierto nivel de confianza

Para el estudio del presente caso se aplica la fórmula con un nivel de confianza de 95%, donde z tiene un valor de 1,96. Para determinar la probabilidad de éxito o fracaso es decir p y q se tomará el 0,50% para cada caso

puesto que de acuerdo a Mendoza y Garza (2009), al no realizar una prueba piloto se toma una estimación de 0,50 para cada uno de los parámetros. En el caso del margen de error se estimó el valor de 0,05%.

Reemplazando la fórmula se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{(5610)(0,50)(0,50)}{(5610 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,50)(0,50)}$$

$$n = 359.59$$

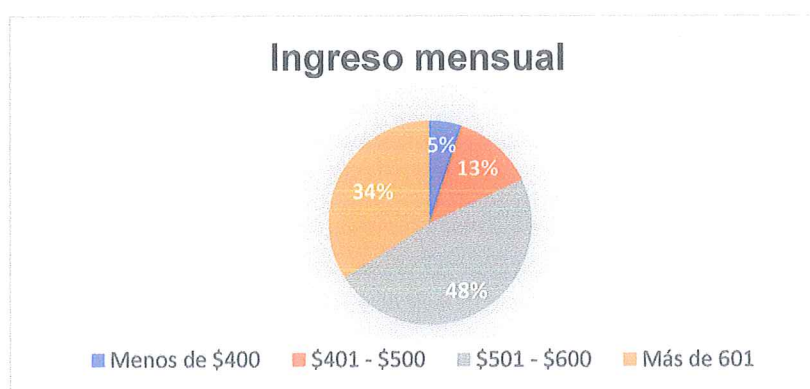
$$n = 360$$

Comportamiento de las variables de control

A continuación, se muestra el comportamiento de las variables de control comenzando por la figura 1 del ingreso mensual que en su mayoría está en los rangos de 501 a 600 dólares y más de 601 dólares.

Figura 1

Ingreso mensual

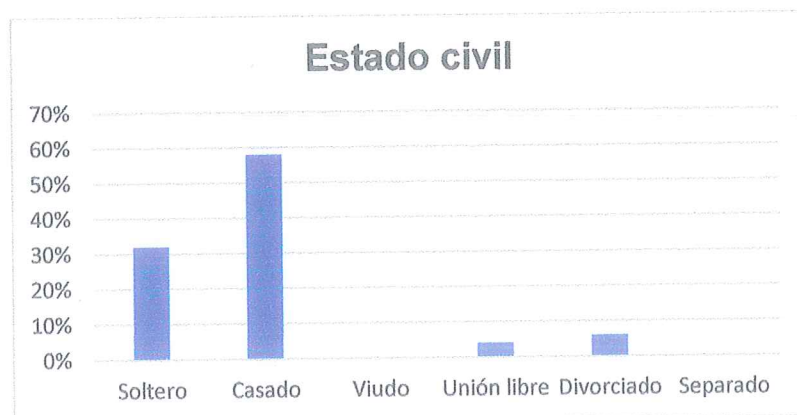


Nota: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos

La figura 2 presenta el estado civil siendo el estatus de casado de mayor impacto, seguido por soltero. Lejanamente aparecen divorciado y unión libre.

Figura 2

Estado civil

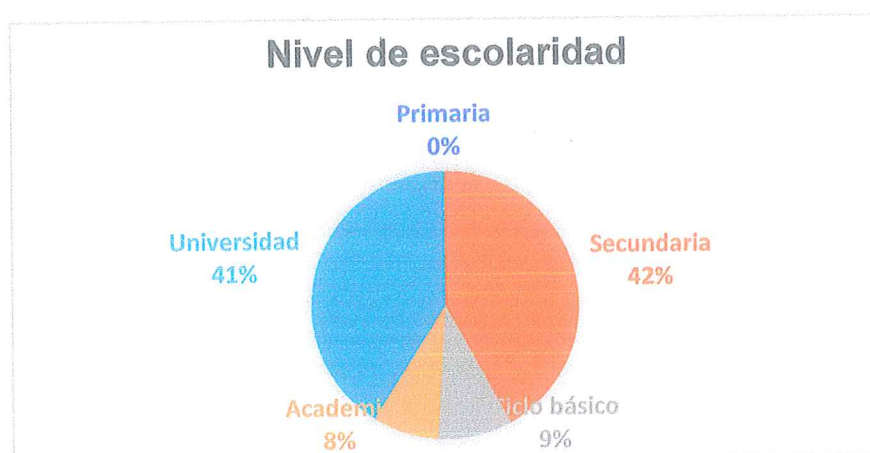


Nota: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos

En la figura 3 se observa el nivel de escolaridad de la población analizada, se presenta que el 42% de los individuos solo poseen estudios secundarios, en cambio el 41% concluyo con los estudios universitarios. Por otro lado, solo el 9% cuentan con un ciclo básico y el 8% de la población estudio con academia.

Figura 3

Nivel de Escolaridad

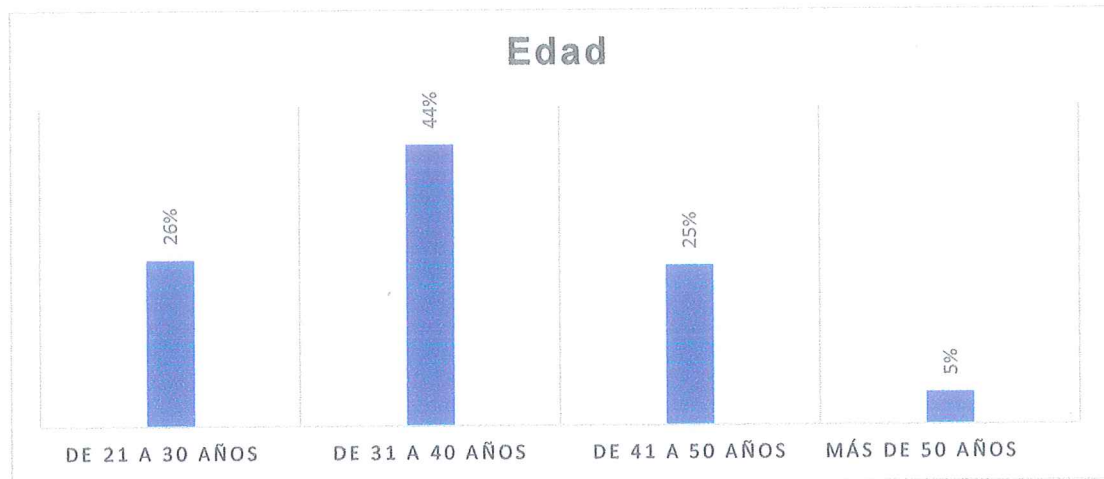


Nota: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos

La figura 4 presenta la edad, se establece que el 44% de los encuestados tienen entre 31 a 40 años, el 26% lo conforman los individuos entre 21 a 30 años y tan solo el 5% tienen más de 50 años.

Figura 4

Edad



Nota: Elaboración propia a partir de los datos estadísticos

Correlaciones entre las variables independientes y la variable dependiente

En esta sección se presentan los resultados de la investigación de campo. La tabla 1 muestra las correlaciones entre las variables independientes y la dependiente. Existe una fuerte correlación entre Prom_TransDig de 0,571** con el Prom_VentComp y es estadísticamente significativa porque 0,000 es menor a 0,05. La variable independiente Prom_InclusDig tiene una potente correlación de 0,570** con Prom_VentComp siendo estadísticamente significativo (0,000 es menor a 0,005). La variable Prom_ConcDig guarda una alta correlación con la variable Prom_TransDig de 0,619** y es estadísticamente significativa. Existe

una correlación lineal que se explica en que las correlaciones tienden a 1 y son positivas. En consecuencia, la transformación digital si es un factor asociado a la ventaja competitiva (Rositas, 2014).

Tabla 1

Correlaciones de las variables independientes con la variable dependiente

		Correlaciones			
		Prom_VentComp	Prom_TransDig	Prom_InclusDig	Prom_ConcDig
Prom_VentComp	Correlación de Pearson	1	0.571**	0.570**	0.619**
	Sig. (Bilateral)		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100
Prom_TransDig	Correlación de Pearson	0.571**	1	0.691**	0.577**
	Sig. (Bilateral)	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100
Prom_InclusDig	Correlación de Pearson	0.570**	0.691**	1	0.609**
	Sig. (Bilateral)	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100
Prom_ConcDig	Correlación de Pearson	0.619**	0.577**	0.609**	1
	Sig. (Bilateral)	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Nota. Fuente. Elaboración propia, a partir de las salidas del SPSS

Discusión

En el contexto Colombiano Montaña (2021), menciona la productividad es la base para que una empresa posea una ventaja competitiva en el mercado en el que compite, además de ello existe varios factores internos que inciden en la ventaja competitiva como lo son: los incentivos para los trabajadores, la alianza con otras empresas y la innovación. Así mismo, se dice que la transformación digital en las empresas ayuda a aumentar la productividad y de esta manera poseer una ventaja ante la competencia. De este modo, se establece que en el contexto ecuatoriano diversas empresas implementan la tecnología para usarla como un instrumento de trabajo ya que muchas de ellas expenden sus bienes o servicios mediante plataformas digitales y esto genera que las empresas sean más competitivas.

Por otro lado, Fuquen (2020) indica que algunas de las empresas colombianas no toman en cuenta a la tecnología para desarrollarse de una mejor manera en el entorno en el que compiten, muchas de estas empresas creen que la implementación de la tecnología tendrá un costo muy elevado y no obtendrán un margen de ganancia acorde al que desean, este punto de vista es diferente en las MiPymes ecuatorianas ya que se profesa que la tecnología ayuda a obtener soluciones a los diferentes problemas que se puedan desarrollar en el entorno de la empresa, lo que conlleva que esta tenga una ventaja ante sus competidores.

Según González (2021), las empresas de España también se han transformado digitalmente, dichas compañías poseen las infraestructuras y

recursos humanos necesarios para que exista una correcta transformación digital, pero, no obstante, se puede observar que el nivel de digitalización es bajo, en cambio, en el contexto ecuatoriano, se puede establecer que la mayoría de las empresas que se transformaron digitalmente poseen niveles altos de digitalización, en cuanto a la infraestructura se menciona que su nivel es medio.

En la actualidad varias empresas del mundo se están acoplando a las nuevas tendencias de la globalización, es decir, incluyen las nuevas tecnologías en las actividades que realizan, estas son herramientas de trabajo que generan mayor utilidad y aumentan las ventas, de este modo la empresa puede ser más competitiva en el entorno en el que se desenvuelve. Dicho esto, se puede establecer que para las organizaciones la implementación de la tecnología es de gran ayuda, pero genera desempleo (Segovia, 2020).

Reflexiones finales

La mayoría de empresas han optado por transformarse digitalmente para no cesar las actividades económicas a las que se dedican en el mercado en el que se encuentran, adicionalmente se puede mencionar que la transformación digital es un factor muy importante para generar una ventaja competitiva ya que esta genera nuevas ideas y estrategias que van a favor del crecimiento de la organización.

Es muy importante aclarar que la transformación digital no solo debe verse como una estrategia que se usa para ganar mayor competitividad en el entorno, sino debe ser vista como una adaptación indispensable para la supervivencia de la organización en el medio en el que compete.

Se cree que la transformación digital tan solo es implementar tecnologías en la empresa, pero de hecho no solo se basa en esto, sino que es implementar la tecnología y utilizarla de la manera correcta para lograr los objetivos planteados.

Para muchos la transformación digital es la clave del éxito empresarial, se conoce que la digitalización incluye un cambio de mentalidad y la adopción de una cultura colaborativa que permita la adopción de nuevos modelos de negocio, incorporación de la innovación y adopción de tecnología para mejorar la relación con el cliente.

Con el estudio realizado se puede acotar que las empresas no deben mirar solo al pasado o estar estancados en el presente ya que pueden correr el riesgo de perderse en el futuro.

Referencias

Aguilar, A., Santillán M. (2021). *Análisis de la sostenibilidad de las MiPymes por efecto del covid-19.*

Unipiloto. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/10966>

Arellano Díaz, H. O. (2017). La calidad de servicio como ventaja competitiva. *Revista científica las ciencias*. 3(1). 72-83. DOI: [10.23857/dc.v3i3mon.627](https://doi.org/10.23857/dc.v3i3mon.627)

Chiriboga, P. y Pardo, T. (2021). La transformación digital en tiempos de pandemia y las ventas de la Empresa Agropecuario El Ganadero del Cantón Pedro Vicente Maldonado, Provincia de Pichincha. Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba, Ecuador UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8122>

- Comisión económica para América Latina. (2021). *Datos y estadísticas de las empresas ecuatorianas*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/datos-y-estadisticas>
- Comisión económica para América Latina. (2020). *Datos y estadísticas de las empresas ecuatorianas*. CEPAL. <http://hdl.handle.net/11362/44148>
- Delgado, T. (2020). Taxonomía de Transformación Digital. *Revista Cubana de Transformación Digital*. 1(1). 4-23. <https://orcid.org/0000-0002-4323-9674>
- Dini, M., Gligo, N. y Patiño, A. (2021). "Transformación digital de las MiPymes: elementos para el diseño de políticas", Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/99), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021. <https://hdl.handle.net/11362/47183>
- Escuder, S. (2019). Regionalización de la brecha digital. Desarrollo de la infraestructura de las TIC en Latinoamérica y Uruguay. *Scielo*, 9(17). <https://doi.org/10.32870/pk.a9n17.356>
- Fuquen, G. (2020). Aproximaciones al proceso de transformación digital en las empresas (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario). 1(1). 1-47. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/24446>
- Gallegos, B. (2021). Transformación digital para emprendimientos en el contexto ecuatoriano. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico – Tecnológicas*. 3(2). 1-26. DOI: <https://doi.org/10.34070>
- Garcés, Y. y Paneca Y. (2019): "La ventaja competitiva: su papel en el posicionamiento del destino turístico", *Revista Contribuciones a la Economía*. 1(1). <https://hdl.handle.net/20.500.11763/ce194ventaja-competitiva>.
- Giraldo, L. (2019). Transformación Digital de las Mipymes de Turismo de Naturaleza en el Valle del Cauca. *Repositorio institucional biblioteca digital*. 1(1). 1-139. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/76736>
- González, G. (2020) *La televisión digital: ¿dispositivo para la inclusión Un Estudio digital? Exploratorio sobre el Plan "Mi TV Digital" en el Partido de José C. Paz de la Provincia de Buenos Aires (2014-2015)*. [Trabajo de Tesis para aspirar al título de Doctora en Comunicación Social]. <https://doi.org/10.35537/10915/105642>

- González, J. (2021). Retos para la transformación digital de las pymes: competencia organizacional para la transformación digital (Doctoral dissertation, Universidad de Valladolid). 1(2). 1-171. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/47767>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2017). Alcance de la Investigación.
- Lara, J. y Grijalva, A. (2021). Saberes digitales y educación superior. Retos curriculares para la inclusión de las TIC en procesos de enseñanza-aprendizaje. *Virtualidad, Educación y Ciencia*, 12(22), 9-21. ISSN: 1853-6530
- Lasio, V., Samaniego, A. (2018). Sostenibilidad en las MiPymes ecuatorianas. ESPAE "Escuela de Postgrado en Administración de Empresas", 1(1), 1-9. <https://www.espae.espol.edu.ec>
- Leal, J. y Quevedo, L. (2019). Transformación digital: ¿un reto para las organizaciones tradicionales en el siglo XXI? *Scielo*, 1(1). 8-28.
- López, B. (2021). Diagnóstico de transformación digital en las pymes afiliadas a la Cámara de Comercio y Producción Ibarra [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11369>
- López, G. y Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19. *Revista de innovación y desarrollo I+D*, 12(1). 26-37. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/view/982>
- Magro, V. (2020). Las ventajas del proceso de transformación digital de la justicia. CEFLegal: revista práctica de derecho. Comentarios y casos prácticos, (235), 2. <https://dialnet.unirioja.es>
- Maliqueo, C., González, J., Mardones, R., y Ardiles, M. (2021). Gestión de personas y las barreras para innovar en la transformación digital. *RG*. 1(94). 1-24. ISSN 1315-9984
- Ministerio de telecomunicaciones. (2021). El 82,3% de Mipymes en el Ecuador utilizan Internet. *Mintel*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-mipymes-en-el-ecuador-utilizan-internet/>

- Moncada, J. (2019). Origen y desarrollo de la teoría del conocimiento. *Revista Oratores*, 10(1), 2753-3988. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/328/3281358004/index.html>
- Montaño, J. (2021). Transformación digital e innovación de las PYMES en Colombia y el E-commerce como alternativa al comercio tradicional. *Universidad militar Nueva granada*, 1(1), 1-15. <http://hdl.handle.net/10654/38008>.
- Morales, L. (2017). Contribución del capital intelectual como fuente de ventaja competitiva de las organizaciones. *Revista Multi-Ensayos*, 3(5), 29–37. <https://multiensayos.unan.edu.ni/index.php/multiensayos/article/view/17>
- Ortiz, E. y Nagles, N. (2013). Gestión de tecnología e innovación. Teoría, proceso y práctica. *Universidad EAN*, 2(1), 1-22. ISBN: 978-958-756-255-2
- Paguay, M. (2021). Análisis de la comunicación digital estratégica de la página Chone Resurge Por Ti en la plataforma Facebook (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2021). <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/9889>
- Recalde, H. (2021). Covid-19 y el impacto económico y laboral en las MiPymes de la ciudad de coronel Oviedo, año 2020. *La Saeta Universitaria Académica Y De Investigación*, 10(2), 160-173. <https://unae.edu.py/ojs/index.php/saetauniversitaria/article/view/287>
- Rodríguez, M. C. M., y Cabrera, I. P. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 4(1), 35-38.
- Rodríguez, M., y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141-146.
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., y Romero, M. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4),465-475. ISSN-E: 2477-9431
- Rosas, E. y Ovando, M. (2018). Inclusión Digital en México, el reto de consolidar un derecho entre los adultos mayores. *Sociedades y Desigualdades*, 6(1), 48-79. ISSN: 2448-5217.
- Rositas Martínez, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento

(Sample sizes for social science surveys and impact on knowledge generation). *Innovaciones de negocios*, 11(22), 235-268.

Santander, H. (2017). Paraguay: Situación actual de las MiPymes y las políticas de formalización. *OIT*, 1(1). 1-94. ISSN 2523-5001

Scharager, J., y Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología, 1, 1-3.

Segovia, M. (2020). El impacto de la transformación digital y las OTAs en los canales de venta de las agencias de viajes en Miraflores, Lima – 2020. *Universidad Cesar Vallejo*. 1(1). 1-170.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/47702>

Sigüenza, S., Jácome, M., y Erazo, C. (2021). Perspectivas innovadoras para Pymes en tiempos de COVID 19. *CIENCIOMETRÍA*, 7(12), 615-642.
<https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.443>

Suárez, D., Erbes, A. y Barletta, F. (2020). Teoría de la innovación: evolución, tendencias y desafíos Herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje. *Ediciones complutenses*. 1(2). 463-642. ISBN 978-987-630-481-8

Terán, E., y Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacio*, 41(07), 07. ISSN 0798 1015.

Treviño, R., Rivera, F., y Garza, J. (2020). La analítica de datos como ventaja competitiva en las organizaciones. *Vinculatégica EFAN*, 6(2), 1063-1074.
<http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/3028/1/Articulo10.pdf>.

Anexos:

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El instrumento de medición responde a la necesidad de levantar información sobre: "La transformación digital como factor de ventaja competitiva en las MiPymes de Azogues, Ecuador.". Por tanto, es muy importante que responda al cuestionario con la mayor sinceridad posible. La información es anónima y confidencial. Antes de proceder a llenar los casilleros, tome en cuenta lo siguiente, por favor:

- a. Lea con detenimiento las afirmaciones.
- b. En cada afirmación, marque qué tan de acuerdo se siente con lo expresado.
- c. Responda todas las afirmaciones, aunque sean parecidas.
- d. Borre toda la marca, si cambia de opinión en alguna afirmación.
- e. Sea lo más sincero en responder cada pregunta, no conteste como cree debería ser.
- f. Al contestar no se salte las preguntas, conteste una a una.

El instrumento mide el nivel en que usted está de acuerdo o en desacuerdo con la pregunta. Le tomará aproximadamente unos 15 minutos responder al total de las interrogantes.

Ponga una marca en el casillero que corresponda, tomando en cuenta que:

- 1 totalmente en desacuerdo;
- 2 en desacuerdo;
- 3 ni de acuerdo, ni en desacuerdo;
- 4 de acuerdo;
- 5 totalmente de acuerdo.

Transformación digital

Val, (2016), menciona que la transformación digital implica la incorporación de tecnologías en las actividades que las empresas realizan para mejorar la eficiencia, mejorar el valor para el cliente y descubrir nuevas oportunidades para generar ingresos para la empresa.

No	Ítems	1	2	3	4	5
P1	Se incrementa la eficiencia con la transformación digital					
P2	El cliente valora más a la empresa					
P3	Existen mayores ingresos a partir de la transformación digital					
P4	La productividad de la empresa mejora en función de la transformación digital					
P5	La tecnología implementada es la adecuada a la empresa					
P6	Se puede alcanzar los objetivos propuestos mediante la transformación digital					
P7	La empresa tiene mayor acogida después de transformarse digitalmente					
P8	La transformación digital ayuda a satisfacer las necesidades del consumidor					
P9	La transformación digital genera ventajas competitivas en el mercado en el que compete					
P10	Ha obtenido beneficios empresariales al transformarse digitalmente					

Ventaja competitiva:

Arellano, (2017), menciona que la ventaja competitiva ayuda que la empresa sea reconocida fácilmente en el mercado, se recalca que una empresa al contar con una ventaja competitiva posee un valor exclusivo y posee superioridad ante la competencia, de igual manera se menciona que hace referencia a las características de un determinado bien o servicio, a la forma de producción y la manera en la que la empresa expende los productos.

No	Ítems	1	2	3	4	5
P11	En la empresa los factores de mejora generan ventaja competitiva en el mercado					
P12	La calidad de los productos que expende la empresa es adecuada para la ventaja competitiva					
P13	Considera que la ubicación de la empresa determina ventaja competitiva					
P14	La capacitación es indispensable para la ventaja competitiva					
P15	La satisfacción del cliente cuenta como una ventaja ante la competencia					
P16	Intenta crear nuevas estrategias que le ayuden a generar ventaja en el mercado					
P17	Busca tener aliados para poseer mayor ventaja en el mercado					
P18	La estrategia de costos bajos está diseñada para incrementar los beneficios a largo plazo.					
P19	Considera que la competencia cuenta con personal capacitado que incide en su ventaja competitiva.					
P20	Se considera a la calidad como fuente de ventaja competitiva.					

Inclusión digital:

Chacón, (2017), menciona que los conceptos clave para pensar en inclusión digital son: la conectividad, accesibilidad y comunicabilidad. De este modo se establece que la Conectividad se refiere principalmente al suministro y provisión de infraestructura y equipos que permiten las conexiones tecnologías de información y comunicación (TIC). La Accesibilidad hace referencia a los programas que permiten y ayudan a la sociedad a ocupar infraestructura y equipamientos tecnológicos. Finalmente, la comunicabilidad se genera con el uso de las TIC sin barreras, por lo que este uso permite varias acciones pueden afectar o incluso cambiar la situación socioeconómica, política y culturales de los participantes.

No	Ítems	1	2	3	4	5
P21	Considera usted importante implementar una red social a la empresa					
P22	Poseer los equipos necesarios para la realización de las actividades a las que se dedica la empresa					

Conocimiento digital:						
Salvatella (2017), menciona que el conocimiento digital es la capacidad para desenvolverse profesional y personalmente con la ayuda de la tecnología.						
No	Ítems	1	2	3	4	5
P29	Mediante el buen uso de las herramientas tecnológicas se puede conocer el grado de satisfacción de los clientes al recibir el producto o servicio.					
P30	Considera que sus conocimientos tecnológicos se encuentran en el nivel requerido por la empresa.					
P31	Ayuda a conocer a la competencia					
P32	Considera que es importante tomar en cuenta que tipo de red social aplicar a la empresa					
P33	Gestionar la tecnología aplicada en la empresa					
P34	Usar los conocimientos obtenidos en las herramientas tecnológicas para innovar					
P35	Realizar capacitaciones sobre las herramientas tecnológicas cada cierto tiempo.					
P36	Considera usted que una de las razones para que exista la exclusión social dentro de la empresa es la falta de conocimientos en tecnología					
Datos Socio-Demográficos						
Nombre de la Empresa:						
Ubicación: Provincia – Cantón:						
Actividad económica:						
Tiempo en el mercado competitivo						
(Marca con una x)						
Estado Civil		Nivel de ingreso mensual				
Soltero		Menos de \$400				
Casado		\$401 - \$500				
Viudo		\$501 - \$600				
Unión libre		Más de 601				
Divorciado						
Separado						
Nivel de escolaridad						
Primaria						
Secundaria						
Ciclo básico						
Academia						
Universidad						
Edad		1) De 21 a 30 años ()				
		2) De 31 a 40 años ()				
		3) De 41 a 50 años ()				
		4) Más de 50 años ()				
Gracias por su colaboración						

Abstract

37

RODRIGUEZ PORTILLA MARIA DEL CARMEN

Nowadays, most companies chosen to go digital, whereas in the past, digitization was seen only as an aid to increase productivity and income. The purpose of this research is to determine the level of association between digital transformation and competitive advantage in MSMEs in Azogues-Ecuador, taking into account that today it is a fundamental requirement for companies to continue competing in the market in which they are located. It can also be said that the digital transformation has been of great help to overcome the pandemic of Covid-19 in the companies that market their goods or services through different digital platforms and others that worked through teleworking. Technology is a very useful tool since it helps to know the consumers' needs and provide them with a good or service that satisfies their requirements. It is also mentioned that if a company desire to remain in the market, it must innovate, and digital transformation is one way to do so.

Keywords: diffusion of innovations, Ecuador, entrepreneurship, digital transformation, competitive advantage.

Azogues, 22 de abril de 2022

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO.



Abg. Liliana Urgilés Amoroso, Mgs.
COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS AZOGUES

Azogues, 19 de abril de 2022

Oficio No. 061-JSM-DI-UCACUE-SEDE AZOGUES-22

38

ASUNTO: Informe de similitud de trabajo de titulación

Señor Ingeniero

Xavier Mantilla Crespo, MBA

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA -CAMPUS UNIVERSITARIO DE AZOGUES**

Su despacho. -

De mi consideración:

Expreso a usted Señor Director un saludo efusivo y cordial con la certeza que su liderazgo está enfocado al éxito académico de la Carrera de su Dirección.

Informo a usted y para fines consiguientes que, el trabajo de titulación: **“La transformación digital como factor de ventaja competitiva de MiPymes de Azogues- Ecuador”** presentado por la estudiante María del Carmen Rodríguez Portilla previa la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca Campus Universitario de Azogues, Unidad Académica de Administración, Carrera de Administración de Empresas se sometió a control de similitud reportándose un 10%.

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente,


Ing. Juan Bautista Solís Muñoz, MBA
Docente- Investigador



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	María Del Carmen Rodríguez Castillo
Título del ejercicio:	Similitud María del Carmen
Título de la entrega:	Trabajo de Titulación
Nombre del archivo:	Art_culo_de_Mar_a_del_Carmen_Rodr_guez.DOC
Tamaño del archivo:	111.03K
Total páginas:	25
Total de palabras:	6,038
Total de caracteres:	33,625
Fecha de entrega:	14-abr.-2022 08:42a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre...	1810598727

La transformación digital como factor de ventaja competitiva en MIPymes de Azogues-Ecuador

The digital transformation as a factor of competitive advantage in MSMEs in Azogues-Ecuador

Resumen:

En la actualidad la mayoría de empresas han optado por transformarse digitalmente pese que, en los tiempos anteriores la digitalización era vista solo como una ayuda para aumentar la productividad y los ingresos. La presente investigación tiene como propósito Determinar el nivel de asociación entre la transformación digital y la ventaja competitiva en las MIPymes de Azogues- Ecuador tomando en cuenta que hoy por hoy es un requisito fundamental para que las empresas puedan seguir compitiendo en el mercado en el que se encuentran. También se puede manifestar que la transformación digital ha sido de gran ayuda para sobrellevar la pandemia del COVID-19 en las empresas que ya la mayoría de estas comercializan sus bienes o servicios por medio de las diferentes plataformas digitales y otras trabajaban mediante el teletrabajo, la tecnología es una herramienta muy útil ya que ayuda a conocer las necesidades del consumidor y brindarle un bien o servicio que satisfaga sus necesidades, se menciona también que una empresa que desea permanecer en el mercado debe innovar y la transformación digital es una forma de hacerlo.

Palabras Clave:

Transformación digital, emprendimiento, difusión de innovaciones, ventaja competitiva, Ecuador.

Abstrac:

Today, most companies have opted for digital transformation, although in earlier times digitalization was seen only as an aid to increase productivity and revenue. In the past, digitalization was seen only as an aid to increase productivity and revenues, but now it is a fundamental requirement for companies to continue competing in the market in which they find themselves. It can also be said that the digital transformation has been of great help to overcome the pandemic of COVID-19 in companies that already most of these market their goods or services through different digital platforms and others worked

Trabajo de Titulación

por María Del Carmen Rodríguez Castillo

Fecha de entrega: 14-abr-2022 08:42a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1810598727

Nombre del archivo: Art_culo_de_Mar_a_del_Carmen_Rodr_guez.DOC (111.03K)

Total de palabras: 6038

Total de caracteres: 33625

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

contratacion.sena.edu.co

Fuente de Internet

1%

2

www.scielo.org.mx

Fuente de Internet

1%

3

www.iesppubfgc.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

kamein.com

Fuente de Internet

1%

5

polodelconocimiento.com

Fuente de Internet

<1%

6

Submitted to Universidad Tecnológica
Indoamerica

Trabajo del estudiante

<1%

7

repositorio.cepal.org

Fuente de Internet

<1%

8

repository.ean.edu.co

Fuente de Internet

<1%

9

Submitted to University of Arizona

Trabajo del estudiante

<1 %

10

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

11

www.clavei.es

Fuente de Internet

<1 %

12

www.codigohexadecimal.com

Fuente de Internet

<1 %

13

princessandpinklemonade.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

14

docplayer.es

Fuente de Internet

<1 %

15

doku.pub

Fuente de Internet

<1 %

16

www.repositorio.upla.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

repositorio.utn.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

18

40elefantes.com.es

Fuente de Internet

<1 %

19

documents.mx

Fuente de Internet

<1 %

20

3oranges.co

Fuente de Internet

<1 %

21	Repositorio.Ucv.Edu.Pe Fuente de Internet	<1 %
22	digitalpolicylaw.com Fuente de Internet	<1 %
23	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
26	www.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1 %
27	digibug.ugr.es Fuente de Internet	<1 %
28	roderic.uv.es Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 10 words



El Bibliotecario del Campus Universitario Azogues

CERTIFICA:

Que, **María del Carmen Rodríguez Portilla** portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0302992912** de la Carrera de **Administración de Empresas**, Sede Azogues, Modalidad de estudios presencial no adeuda libros, a esta fecha.

Azogues, **25 de abril del 2022**


Byron Alonso Torres Romo
Bibliotecario





María del Carmen Rodríguez Portilla portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0302992912**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“La transformación digital como factor de ventaja competitiva en MiPymes de Azogues-Ecuador”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Azogues, **19 de abril de 2022**

F: 

María del Carmen Rodríguez Portilla

C.I. 0302992912