

32

DESARROLLO DE HABILIDADES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS MIPYMES

SKILLS DEVELOPMENT FOR THE DIGITAL TRANSFORMATION OF MSMEs

Pattsy Daniela Ochoa Pulla¹

E-mail: pochoap@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9967-3218>

Juan Edmundo Álvarez Gavilanes¹

E-mail: juan.alvarezg@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0978-3235>

Jaime Tinto Arandes¹

E-mail: jtinto@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8507-6837>

¹ Universidad Católica de Cuenca. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Ochoa Pulla, P. D., Álvarez Gavilanes, J. E., & Tinto Arandes, J. (2023). Desarrollo de habilidades para la transformación digital de las MIPYMES. *Revista Conrado*, 19(S1), 291-301.

RESUMEN

La transformación digital se postula como una herramienta eficaz para la consecución del desarrollo sostenible en los ámbitos económico, social y medioambiental. El logro de estos elementos en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) es precisamente el objetivo de la presente investigación. El enfoque metodológico adoptado fue de tipo mixto y de naturaleza transversal no experimental. Los resultados obtenidos revelan que las MiPymes en la ciudad de Cuenca poseen un potencial considerable para liderar la economía local y mantener su competitividad en el mercado, incluso en períodos de crisis. No obstante, resulta fundamental que el gobierno proporcione espacios educativos a las MiPymes, con el propósito de que estas comprendan los beneficios y oportunidades asociados a la digitalización, y cómo esta puede converger con el desarrollo sostenible. En este sentido, la digitalización no solo puede mejorar la eficiencia y la productividad empresarial, sino que también puede contribuir a la reducción del impacto ambiental y al fortalecimiento de la responsabilidad social empresarial.

Palabras clave:

Desarrollo sostenible, empresa, innovación tecnológica.

ABSTRACT

Digital transformation is postulated as an effective tool for the achievement of sustainable development in the economic, social and environmental spheres. The achievement of these elements in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is precisely the objective of this research. The methodological approach adopted was of a mixed and non-experimental cross-sectional nature. The results obtained reveal that MSMEs in the city of Cuenca have considerable potential to lead the local economy and maintain their competitiveness in the market, even in periods of crisis. However, it is essential for the government to provide educational spaces for MSMEs, so that they understand the benefits and opportunities associated with digitalization, and how it can converge with sustainable development. In this sense, digitization can not only improve business efficiency and productivity, but also contribute to reducing environmental impact and strengthening corporate social responsibility.

Keywords:

Sustainable development, enterprise, technological innovation.

INTRODUCCIÓN

La pandemia se convirtió en una herramienta de medición para saber qué tan preparados estábamos para la transformación digital. Varias empresas tuvieron que reaccionar de inmediato desarrollando e implementando soluciones digitales, esto aceleró la disponibilidad de tecnología en todos los niveles para garantizar una estabilidad económica sostenible en el tiempo. Por ello, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha sido una de las mayores inversiones dirigida a dotar de soluciones tecnológicas a todas las compañías, incentivando a que sean rentables y eficientes, permitiéndoles acceder y gestionar la información, para utilizarla de mejor manera para el futuro. En el pasado, el acceso a la tecnología era limitado e incluso considerado un lujo, hoy es prácticamente una necesidad.

En los últimos años, existe un creciente interés en la comunicación e información de los consumidores que han jugado un papel protagónico en el desarrollo, ahora se ha trasladado al mundo digital y se ha fortalecido. Esto provocó un aumento en la demanda de servicios digitales como publicidad online, patrocinios, nombres de dominio, redes sociales para cuentas comerciales, por lo que estos servicios también pueden ser adquiridos por aquellas micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que quieran atraerlos al mercado (Arteaga et al., 2018).

En el proceso de transformación digital de las MiPymes, la participación y liderazgo de la trayectoria son aspectos clave para alcanzar el éxito. Para lograr una transformación digital efectiva, es esencial llevar a cabo acciones como la creación de capacidades de gestión digital, la reinención de modelos comerciales, el replanteamiento de los métodos comerciales, la redefinición de la participación de las partes interesadas y el desarrollo de una estrategia de gestión digital. Estas medidas son fundamentales para adaptarse a los cambios tecnológicos y mantenerse competitivos en el mercado actual. Por lo tanto, es importante que las MiPymes tomen en cuenta estos aspectos para garantizar su crecimiento y desarrollo en el mundo digital.

Las MiPymes han estado en el centro de atención de los gobiernos en el siglo XXI, porque además de asegurar el acceso a los mercados y el crecimiento socioeconómico, también son productoras de bienes ordinarios. En este sentido, se han tornado en un referente mundial, y el objetivo es encontrar fórmulas que mejoren su capacidad de innovación (Bravo et al., 2017; Velázquez-Rodríguez, 2022).

En Ecuador, el motor de la economía lo representan las micro, pequeñas y medianas empresas, según datos

del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019), está conformado por 843.745 empresas, de las cuales las MiPymes son alrededor del 99.5% de registradas.

En la ciudad de Cuenca, el desarrollo sostenible de las PYMES es fundamental para el contexto económico del país. Estas empresas generan empleos y su producción se vincula al mercado interno, contribuyendo significativamente a la economía local. Las micro, pequeñas y medianas empresas son actores clave para promover el fortalecimiento de una economía sostenible, ya que pueden aportar valor agregado a la sociedad a través de soluciones que satisfagan las necesidades de la demanda y problemas que otros no cubren. Además, tienen la posibilidad de generar empleos de alta calidad, permitiendo mejores condiciones de vida para los ciudadanos. Por lo tanto, es importante seguir fomentando el desarrollo de estas empresas y brindarles el apoyo necesario para su crecimiento y éxito a largo plazo.

Con respecto al Desarrollo Sostenible (DS) no se trata de usar millones de dólares en recursos o implementar una actividad específica, debido a que esta no es una moda pasajera que se beneficiará durante un corto período, es una nueva era de entendimiento en la que la sociedad está entrando debido a cambios naturales impredecibles. A partir de ello, se crea una modificación en el pensamiento y la filosofía del consumidor, la cual las MiPymes proponen nuevos modelos para darse a conocer en el mercado, considerando la necesidad de incrementar la sobrevivencia de las mismas en la industria y sumarse al posicionamiento del consumidor (Sánchez et al., 2019).

En la primera década del siglo XXI, la sustentabilidad global se convirtió en un tema común de discusión entre líderes mundiales, periodistas, científicos, maestros, estudiantes y ciudadanos en muchas partes del mundo. La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS, 2002) confirmó que esta década refleja las exigencias que se le imponen a la biosfera humana. En esos años se definió el concepto de desarrollo sostenible, que pretende satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El informe Brundtland confirmó esta definición y trató de cumplir con la agenda de protección ambiental y también para asegurar el desarrollo de los países con el nivel de desarrollo más bajo, que a la larga se convertirá en el desarrollo más importante del mundo. La sostenibilidad sigue siendo un tema clave en la agenda global y se espera que sea una prioridad para las generaciones futuras.

El concepto de sustentabilidad no solo es la búsqueda de la calidad ambiental, sino también de la igualdad y la

justicia social como criterios y valores a ser considerados en los procesos de formación. Por ello, las empresas se fundamentan en el desarrollo que deben mantenerse en el mercado, enfocarse en lograr sus objetivos, crecer cada vez más y convertirse en medianas o incluso grandes compañías. Las MiPymes consideran que por no ser grandes no pueden tener responsabilidad social, siempre hay pasos que pueden tomar para ayudarlo a ser más responsable con el medio ambiente y sus empleados.

Utilizan la planificación estratégica para diseñar un modelo de marketing para micro y pequeñas empresas cuyo objetivo es que, tanto propietarios como gerentes tomen decisiones y acciones que promuevan la vida empresarial para sobrevivir a determinadas crisis y aumentar la competitividad. En tal virtud, los planes estratégicos que se crean en situaciones de crisis son muy importantes para el futuro. La competitividad es un elemento innato de las compañías, sean pequeñas, medianas o grandes, porque les ayuda a innovar y reinventarse al momento de producir excedentes sobre productos existentes o generando nuevos para estar a la vanguardia frente a la competencia.

La transformación digital es una oportunidad única para redefinir el modelo de crecimiento y asegurar la sostenibilidad en el ámbito económico, social y medioambiental. La digitalización ha cambiado la forma en que operamos, permitiendo nuevas formas de colaboración y el desarrollo de productos y servicios innovadores. Además, ha abierto nuevas oportunidades para construir relaciones más cercanas y efectivas con nuestros clientes y empleados. Para seguir siendo competitivos en un mundo cada vez más digitalizado, es importante que las empresas se adapten a estos cambios. Las compañías pueden evolucionar con el tiempo si pueden adaptarse a su entorno. La capacidad dinámica es una perspectiva adecuada para explicar este fenómeno y es aún más valioso en entornos inestables (Rachinger et al., 2019).

Las organizaciones pueden mejorar la utilización de los recursos y reducir costos, mejorar la productividad y optimizar las cadenas de suministro. Además, la satisfacción y la lealtad del cliente pueden aumentar significativamente mediante la introducción de tecnologías innovadoras. Sin embargo, el entorno empresarial actual presenta desafíos importantes que deben abordarse. Aunque existen varias opciones tecnológicas, no siempre está claro cómo explotarlas y aplicarlas simultáneamente en una situación ambiental cambiante. En este sentido, es importante que las organizaciones adopten una perspectiva estratégica y se adapten con flexibilidad a las condiciones del mercado. Solo así podrán aprovechar las oportunidades que se

les ofrecen y mantener su competitividad en un entorno cada vez más exigente.

Por ello, la digitalización juega un papel fundamental para asegurar nuevas oportunidades comerciales, aumentar la competitividad y la eficiencia, y garantizar la sostenibilidad de la industria. Podemos ver lo rápido que están cambiando las compañías industriales y sus procesos para satisfacer las demandas de esta nueva revolución digital, todo ello gracias a tecnologías como: el Internet de las Cosas, Inteligencia Artificial, Big Data, y el blockchain. Desde el punto de vista de permanencia de las empresas en un entorno competitivo dinámico, la presencia digital es una clave que ayuda a operar activamente un negocio y, por lo tanto, generar ingresos. Esto se aplica no solo a las grandes compañías, sino también a las MiPymes.

La crisis sanitaria actuó como catalizador de la digitalización a nivel global y aceleró el uso de plataformas y mercados digitales en marketing debido a las restricciones por la pandemia. Lo que se suponía que tomaría años sucedió en meses. La tecnología ha demostrado ser fundamental para el funcionamiento de la economía y la sociedad durante la emergencia de COVID-19 que aún estamos experimentando. Está claro que la tecnología continúa desarrollándose rápidamente y su papel en la sociedad es cada vez más crítico. Por lo tanto, es importante que las empresas se adapten rápidamente a esta nueva realidad para seguir siendo competitivas en un mundo cada vez más digital. La pandemia ha cambiado la forma de hacer negocios y ha demostrado que aquellos que no se adaptan al cambio tecnológico están en riesgo de quedarse atrás (Sotomayor et al., 2021).

La transformación digital se puede definir como la transición de los procesos de negocio, cultura y aspectos organizativos para satisfacer las necesidades del mercado. En otras palabras, se trata de repensar, reestructurar y reestructurar el negocio en la era digital. El objetivo era implementar condiciones de mercado a través de la tecnología digital e involucrar cambios en los procesos comerciales para recopilar grandes volúmenes de datos y desarrollar la digitalización (Nasiri et al., 2020).

De acuerdo a los autores anteriores, podemos mostrar que la transformación digital ha cambiado y desarrollando las habilidades (García-Gutiérrez et al., 2022; Quintana-Santiago & León-González, 2022) y soluciones para las empresas al gestionar e implementar actividades de colaboración de acuerdo al tema digital. Aunque algunas soluciones de redes sociales han cambiado en la forma en que las personas se comunican, los dispositivos actuales pueden reconocer y conectarse con otros dispositivos o personas de manera instantánea. Por lo tanto,

la transformación digital puede permitir la adquisición de cooperación externa y reducir los costos de participación, facilitando la intercomunicación.

Las tecnologías de la información y la comunicación han incrementado el uso de los sistemas de mercadeo porque su alcance es global y accesible a cualquier persona sin distinción social, por otro lado, es económico emplearla, especialmente cuando se trata de publicidad o campañas. Durán et al. (2021), acotan que las redes sociales son un canal que facilita el posicionamiento de marca entre los consumidores, y que todo sucede a través de Internet: redes sociales, sitios web y correo electrónico, lo que nos permite estar más cerca de nuestros clientes en cualquier momento y saber lo que requieran. El uso adecuado de las redes sociales dejaría una gran impresión en la empresa.

Las tecnologías de la información y la comunicación, la interacción de las plataformas digitales y la descentralización de las funciones corporativas, la externalización y la subcontratación contribuyen al surgimiento de nuevas formas de organización del trabajo y de empresa en la actualidad.

Las organizaciones de todo el mundo han centrado su atención en la digitalización porque aporta importantes beneficios a las compañías. El uso de la digitalización en las cadenas de suministro ofrece muchos beneficios, de los cuales aún no se han aprovechado, cambiado la forma en que las empresas y las personas se comunican e interactúan entre sí, revolucionando las soluciones y capacidades para que las administren e implementen actividades colaborativas externas (Nasiri et al., 2020).

Hablar de transformación digital conduce inevitablemente a la contextualización, siendo el marco de la cuarta revolución industrial. Situándose en el inicio de este siglo de incesantes transformaciones digitales caracterizado por la presencia del autor, del internet más amplio, sensores de menor tamaño y costo, pero mayor potencia, Inteligencia artificial y aprendizaje automático. También agrega que se trata de una revolución más amplia que las anteriores, cuya particularidad es la fusión e interacción de tecnologías a través de los campos físico, digital y biológico (Schwab, 2016).

Algunas estrategias en línea que se pueden utilizar son el uso de herramientas disponibles en Internet, como Search Engine Optimization (SEM), que coloca anuncios comerciales en varias páginas web. El primer paso es identificar palabras clave que identifiquen el negocio y que la mayoría de los usuarios de Internet puedan buscar. Análisis de tendencias con Google Trends, analiza las búsquedas de los usuarios y las muestra visualmente para identificar

las tendencias sociales. Pueden ser globales o por interés. Trends limita la coincidencia a un máximo de cinco palabras simultáneas, lo que es muy útil para predecir las etiquetas más adecuadas para llegar a más personas.

Las plataformas digitales han reducido en gran medida los costos de transacción y fricción que surgen cuando las personas u organizaciones comparten la utilización de bienes o servicios. Cada transacción ahora se puede dividir en cuotas muy pequeñas, lo que es económicamente beneficioso para todas las partes involucradas. Además, cuando se utilizan plataformas digitales, el costo marginal de producir cada producto, bien o servicio adicional suele ser cero. Esto tiene importantes consecuencias para las empresas y la sociedad (Schwab, 2016).

Las capacidades digitales ayudan a las MiPymes a intercambiar rápidamente grandes volúmenes de datos, almacenar información local de forma centralizada, enriquecer los procesos con una base de datos más grande, crear información valiosa a partir de este "big data" y facilitar la comunicación y la colaboración a través de canales digitales en su cadena de valor. Estas nuevas características transforman el modelo clásico de cadena de valor, representado por un flujo de proceso lineal, en un círculo de valor integrado, y cuando se usan correctamente, las tecnologías digitales pueden ayudar a los fabricantes a evolucionar para negocios altamente innovadores, a un crecimiento rápido y ágil.

De acuerdo a los autores anteriores, se puede evidenciar que la transformación digital es un proceso de mejora continua para las MiPymes que utilizan tecnología, centrándose en los procesos de venta, análisis y métricas. No se puede pensar que la digitalización del negocio se base en generar un buen sitio web con un carrito de compras, es promocionarlo en redes sociales y tener éxito, porque sin un nicho o una gran audiencia en la web, no se puede lograr el éxito, siendo la capacidad para crear la atracción necesaria al iniciar un negocio y posteriormente digitalizarse.

En este sentido, la Comisión Europea apuesta por un modelo digital basado en soluciones prácticas para las necesidades de los ciudadanos y empresas, lo que a nivel teórico supone una clara apuesta por el modelo neofuncionalista. El proceso de digitalización global, la UE ha priorizado tres objetivos específicos a nivel práctico: la gestión de la información, el desarrollo de la tecnología europea y la creación de las infraestructuras necesarias. Se trata de objetivos ambiciosos, relacionados con la creación de un marco tecnológico y la gestión de los datos producidos para proteger la privacidad de los ciudadanos y mejorar la competitividad de las compañías

europeas, incluida la protección frente a países sin escrúpulos que pueden explotar las debilidades del sistema digital en beneficio propio o en beneficio de las empresas estatales (Troitiño, 2022).

Mientras que, en la región Latinoamericana, estudios han demostrado el uso de la tecnología digital y artificial en la prestación de servicios o en la industria, se han convertido en valiosas herramientas para la resolución de problemas, pero también aprovechan los nuevos modelos de negocio que surgieron como respuesta a los cambios provocados por la digitalización de los sistemas organizativos. Las nuevas demandas y expectativas de los consumidores por un servicio más rápido, entregas de productos y una mejor calidad de bienes y servicios llevan a las organizaciones a un nuevo nivel de eficiencia en sus procesos comerciales.

Las MiPymes son pensadas y definidas de formas muy diferentes en el mundo, según las necesidades u objetivos específicos de cada país. Es decir, en cada país, teniendo en cuenta sus propias experiencias y características, las necesidades e intereses individuales que aparecen en promedio, se pueden presentar los argumentos necesarios para la aplicación de una determinada clasificación. En algunos casos, no hay consenso dentro del mismo país. En la mayoría de los casos, las variables son el número de empleados, las cifras de ventas y el nivel de inversiones de capital (Saavedra & Hernández, 2008).

En Ecuador las microempresas, se caracterizan y clasifican de acuerdo a dos parámetros que los establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019), en un artículo publicado por la consultora DSG, que son: las ventas y el personal de trabajo. En el rango que entran las empresas de este estudio, como requisito debe tener ventas anuales menores a \$100.000 y personal entre 1 a 9.

La capacidad tecnológica, la innovación y el ingenio de las MiPymes crea una ventaja competitiva, que trasciende los límites de las industrias heredadas por efímeras que sean. Esta era digital ha generado una historia en la que los comercios se llevan una gran parte del mercado, como Amazon y Facebook, que son los servicios centrales del mercado. Según esta premisa, la resistencia de las MiPymes a la digitalización puede resultar fatal, pero en el mismo sentido, explotar la era predigital es una ventaja para capturar su participación en el mercado (Vélez & Mendoza, 2021).

De acuerdo a los autores anteriores, se puede mencionar que los medios digitales influyen como una estrategia de internacionalización y supervivencia en la industria, generando cambios en las personas, incidiendo en las

transformaciones culturales, como en la forma en la que se relacionan con las diferentes marcas, productos y servicios. Teniendo en cuenta que las MiPymes son empresas que cuentan con un número manejable para la socialización de la importancia del medio digital y a su vez se pueda realizar las respectivas capacitaciones para estar a la vanguardia de las grandes compañías.

La digitalización ha tenido un impacto significativo en el modelo de negocio y en la explotación de oportunidades técnicas. Desde la perspectiva de los derechos de propiedad intelectual, la digitalización permite la conversión de formatos analógicos a digitales, mejorando el proceso e interacción. Para guiar la implementación de la transformación digital, han surgido métodos y modelos específicos, siendo la arquitectura empresarial uno de los mecanismos más efectivos. La arquitectura empresarial es una colección de artefactos que describen varios aspectos de una organización desde una perspectiva integrada de negocios y tecnología de la información (TI). Su práctica implica el uso de estos artefactos para facilitar el diseño de sistemas de información y mejorar la alineación entre TI y la organización (Kotusev & Kurnia, 2021).

La digitalización de las empresas es fundamental para el intercambio de grandes volúmenes de datos, el almacenamiento centralizado y la creación de conocimiento valioso a partir del "big data". Además, las capacidades digitales permiten una comunicación y colaboración más eficientes a través de canales digitales en la cadena de valor. El término Industria 4.0 se refiere a un cambio revolucionario en la organización y gestión de la cadena de valor de la industria manufacturera, que se enfoca en la integración de todos los activos físicos en ecosistemas digitales con socios de la cadena de valor. Esta transformación digital es clave para el éxito empresarial en el mundo actual y debe ser considerada como una prioridad para cualquier organización que busque mantenerse competitiva en el mercado.

La incorporación de nuevas tecnologías a los procesos productivos es fundamental para el crecimiento y fortalecimiento de las organizaciones. En los últimos años ha surgido una cuarta revolución industrial, caracterizada por la presencia de los sistemas ciberfísicos 4.0, que es una tendencia moderna en las tecnologías de automatización y fabricación. Los principales progresos incluyen fabricación aditiva, sensores inteligentes, interfaces hombre-máquina avanzadas, análisis de big data e inteligencia artificial. Todos estos avances permiten que los procesos productivos sean más eficientes y se adapten mejor a las necesidades del mercado. Es importante que las organizaciones estén al tanto de estas tendencias y

las incorporen a sus procesos para seguir siendo competitivas en un entorno cada vez más exigente (Delgado, 2021).

Ávila et al. (2023), indican que, dicho proceso fomenta la mejora continua y la constante adaptación a los desafíos de una sociedad digitalizadora, se necesita un conocimiento académico-científico que corresponda a la producción científica generada en el mundo comercial, conversión digital, basándose en la innovación para ofrecer la oportunidad de crear, ampliar y cambiar la base de origen de la empresa. Las redes ayudan a promover el concepto de “networking” entre las MyPymes y los mandos medios de las empresas más grandes.

El valor añadido de las redes sociales profesionales radica en su capacidad para fomentar la creación de contactos empresariales y la comunicación interpersonal, lo que a su vez puede generar oportunidades de negocio. Los usuarios suelen incluir una descripción de su currículum en estas plataformas, lo que sirve como punto de partida para establecer nuevas relaciones. Además, todas las redes sociales profesionales cuentan con un buscador interno que permite encontrar contactos por nombre, empresa o universidad. No obstante, los usuarios pueden establecer conexiones según sus intereses y preferencias personales. En definitiva, estas redes se han convertido en una herramienta fundamental para cualquier profesional que busque ampliar su red de contactos y fomentar el crecimiento de su carrera.

Se puede concluir que la transformación digital aprovecha las oportunidades de negocio a corto y largo plazo, ofreciendo estrategias comerciales, creadas según el surgimiento de las nuevas tecnologías, generando metas y estrategias productivas para crear un valor agregado a las organizaciones. El objetivo de la transformación digital se trata de forjar habilidades comerciales que incluya nuevas capacidades para todos los empleados y cambios en los procesos comerciales, que apunten al contacto con el cliente, adaptándose a las necesidades actuales y futuras. Todo ello apoyado en tecnologías nuevas o digitales.

MATERIALES Y MÉTODOS

En el presente estudio se utilizó un enfoque de metodología mixta cualitativo-cuantitativo, que de acuerdo a Erazo (2021), la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos es esencial para obtener una comprensión completa de la investigación.

Los métodos cualitativos permiten explorar y comprender las perspectivas y experiencias de los participantes,

y los cuantitativos se utilizan para medir y analizar datos numéricos.

Siendo la combinación de ambos enfoques lo que proporciona una visión más precisa y completa del estudio.

Se empleó un enfoque de investigación no experimental de acuerdo a Calle et al. (2022), son útiles cuando las variables independientes no pueden ser manipuladas o cuando se desea estudiar una población en su contexto natural. Este tipo de diseño también puede resultar más práctico y económico que los experimentales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los diseños no experimentales tienen limitaciones, como la falta de control de variables extrañas y la imposibilidad de establecer relaciones causales entre variables. Para superar estas limitaciones, los investigadores pueden recurrir a métodos estadísticos que les permitan controlar las variables extrañas y obtener conclusiones válidas sobre la población estudiada. En definitiva, el enfoque no experimental puede ser muy útil en determinados casos, pero es importante conocer sus limitaciones y utilizar métodos adecuados para obtener resultados confiables y precisos.

Este estudio alcanzó el corte descriptivo correlacional puesto que analiza las relaciones entre variables. La metodología analítica sintética empleada implica el análisis y la síntesis de datos para comprender mejor la estructura y función de un todo. Esta técnica permite la descomposición de un todo en partes más pequeñas y la combinación de partes individuales para construir una imagen más completa. El objetivo del estudio es establecer relaciones entre categorías y conceptos, ya sea por correlación o por una relación causa-efecto (Erazo, 2021).

El objetivo principal del estudio fue recolectar información importante sobre las MiPymes en la ciudad de Cuenca, para lo cual se diseñó un cuestionario como instrumento de medición. Este tipo de investigación es fundamental para establecer estrategias y políticas que fomenten el desarrollo de las MiPymes en la ciudad. Los resultados obtenidos permiten tener una visión más clara sobre la perspectiva actual de las empresas en Cuenca y brindar información valiosa para la toma de decisiones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados de un cuestionario implementado mediante un formulario digital de Google Forms dirigido a 146 micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) ubicadas en la Ciudad de Cuenca. Esta muestra representa aproximadamente el 1% del total de MiPymes en la ciudad, que se estima en 45,915 empresas.

En cuanto a la composición de la muestra, se observa que la mayoría de las empresas encuestadas, específicamente 135 de ellas, corresponden a micro empresas que tienen entre 1 y 9 trabajadores. El resto de la muestra está conformada por pequeñas y medianas empresas. Este resultado muestra la predominancia de las microempresas en el sector empresarial de la ciudad.

En relación al tiempo de funcionamiento de las empresas, se identificó que la categoría de 0 a 1 año fue la más recurrente entre los encuestados, mientras que la categoría de 4 a 6 años tuvo una presencia menor en los participantes de este cuestionario. Esto indica que la mayoría de las empresas encuestadas se encuentran en sus primeros años de operación.

En cuanto a las expectativas de ventas para los años 2023 y 2024, la mayoría de las empresas expresó su objetivo de generar estabilidad en sus negocios. Estas empresas buscan mantener un nivel constante de ventas en los próximos años. Es importante destacar que el 52,1% de las empresas encuestadas no son consideradas empresas familiares, lo que implica que no tienen a miembros de la familia como principales propietarios. Por otro lado, el 47,9% de las empresas sí son consideradas como empresas familiares, lo que indica que una o varias personas de la familia son los principales propietarios.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la tabla 1, se observa que el 45% de las MiPymes encuestadas no muestran una postura clara en relación a la organización habitual de formación para la transformación digital. Sin embargo, se destaca que el 45% de las MiPymes utilizan las redes sociales con fines comerciales, lo que indica que es un medio ampliamente utilizado por estas empresas.

Es importante resaltar que el uso de una página web propia no es considerado como un aspecto importante por parte de las MiPymes encuestadas. Esto contrasta con la evidencia de que una página web puede ser de gran ayuda para generar un incremento en las ventas, mejorar la productividad y aumentar el valor en el mercado.

Estos hallazgos sugieren que existe una falta de conciencia por parte de las MiPymes sobre el potencial beneficio que puede tener el uso de una página web propia en el contexto de la transformación digital. Es posible que estas empresas no estén aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece la presencia en línea, lo cual puede limitar su capacidad para alcanzar un mayor alcance y atraer a nuevos clientes.

Es necesario brindar información y educación a las MiPymes sobre los beneficios y las oportunidades que ofrece el uso de una página web propia, así como otras herramientas digitales, como parte de la transformación digital. Esto puede ayudar a mejorar su competitividad en el mercado y fortalecer su presencia en línea.

Tabla 1. Importancia de las tecnologías que utilizan las empresas.

Medios digitales	Nivel	Recuentos	Total	Proporción
Página web propia	0% - 20% No importante	61	146	0.418
	20%-40% Poco importante	12	146	0.082
	40%-60% Moderadamente importante	18	146	0.123
	60%-80% Importante	24	146	0.164
	80%-100% Muy importante	31	146	0.212
Comercio electrónico en Marketplace	0% - 20% No importante	58	146	0.397
	20%-40% Poco importante	34	146	0.233
	40%-60% Moderadamente importante	24	146	0.164
	60%-80% Importante	16	146	0.110
	80%-100% Muy importante	14	146	0.096
Redes sociales con fines comerciales	0% - 20% No importante	6	146	0.041
	20%-40% Poco importante	11	146	0.075
	40%-60% Moderadamente importante	26	146	0.178
	60%-80% Importante	37	146	0.253

Medios digitales	Nivel	Recuentos	Total	Proporción
	80%-100% Muy importante	66	146	0.452

De acuerdo con los resultados presentados en la tabla 2, se observa que el 88% de los encuestados indican haber realizado cambios o mejoras en los procesos productivos de sus empresas. Este hallazgo sugiere dos posibles interpretaciones:

En primer lugar, es posible inferir que las empresas han optado por realizar cambios o mejoras en sus procesos productivos con el objetivo de mejorar su desempeño, habilidades y mantener su competitividad en el mercado. Esta perspectiva implica que las empresas reconocen la importancia de la mejora continua y la adaptación a los cambios en el entorno empresarial para asegurar su supervivencia y éxito a largo plazo. Los encuestados podrían estar motivados por la búsqueda de eficiencia, calidad y satisfacción del cliente, entre otros factores que impulsan la mejora de los procesos productivos a través del desarrollo de habilidades.

En segundo lugar, la posibilidad de que las empresas hayan llevado a cabo estos cambios o mejoras debido a normas o leyes vigentes por parte de las autoridades es otra inferencia válida. Es común que las empresas se vean obligadas a cumplir con regulaciones específicas relacionadas con la seguridad, el medio ambiente, la salud ocupacional u otros aspectos legales y normativos. Estas regulaciones pueden requerir modificaciones en los procesos productivos para garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos.

Ambas perspectivas pueden coexistir, y es posible que los encuestados hayan tomado medidas para mejorar sus procesos productivos tanto por su propia iniciativa como en respuesta a requerimientos normativos. Ambas motivaciones son importantes para impulsar la mejora continua en las empresas y promover la competitividad en el mercado.

Tabla 2. Innovaciones realizadas en las MiPymes.

Cambios y/o mejoras	Nivel	Recuentos	Total	Proporción		
Cambios o mejoras en los procesos productivos.	Si	128	146	0.877		
	No	18	146	0.123		
Nuevos cambios o mejoras en organización y/o gestión.	Si	120	146	0.822		
	No	26	146	0.178		
Nuevos cambios o mejoras en comercial y/o ventas.	Si	127	146	0.870		
	No	19	146	0.130		

Según los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que el 51% de los encuestados indican no estar familiarizados con el concepto de Desarrollo Sostenible. Al mismo tiempo, el 53% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que implementar prácticas de desarrollo sostenible puede resultar costoso para la empresa. Por otro lado, la Figura 1 muestra que el 43% de los encuestados considera que la implementación del desarrollo sostenible puede aumentar la rentabilidad de la empresa y mejorar el grado de satisfacción de los clientes.

Estos resultados revelan una contradicción entre la falta de conocimiento sobre el Desarrollo Sostenible y la percepción de los encuestados sobre los posibles beneficios que puede brindar a las empresas. Aunque una gran parte de los encuestados considera que la implementación de prácticas sostenibles podría resultar costosa, un porcentaje significativo también reconoce el potencial de generar beneficios económicos y mejorar la satisfacción de los clientes.

Esto sugiere que las empresas necesitan mejorar su comunicación y difusión de información sobre el desarrollo sostenible, ya que muchos encuestados desconocen su verdadero significado y los beneficios potenciales que puede generar tanto para la sociedad como para las empresas.

Es importante destacar que el Desarrollo Sostenible implica la adopción de prácticas empresariales responsables y sostenibles que no solo tienen un impacto positivo en el medio ambiente, sino que también pueden generar beneficios económicos a largo plazo. Por lo tanto, es fundamental educar y concienciar a las empresas sobre los principios y las oportunidades asociadas al Desarrollo Sostenible, a fin de fomentar su adopción y promover un desarrollo más equitativo y sostenible en el contexto empresarial.



Figura 1. Resultados del diagnóstico de la implementación y beneficios del desarrollo sostenible en las empresas.

La figura 1 muestra los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta para conocer las dimensiones de estudio relacionadas con la variable para la determinación de respuesta de las MiPymes sobre la implementación y beneficios de la sostenibilidad.

Correlación de las variables de la investigación:

La interpretación de la correlación basada en el coeficiente de Pearson es la siguiente:

- Si $R = 1$, existe una correlación positiva perfecta.
- Si $0 < R < 1$, existe una correlación positiva.
- Si $R = 0$, no existe una relación lineal.
- Si $-1 < R < 0$, existe una correlación negativa.
- Si $R = -1$, existe una correlación negativa perfecta.

En relación con los resultados obtenidos, se observa que la transformación digital presenta una correlación positiva con el desarrollo sostenible en varios aspectos. En primer lugar, se destaca una correlación moderada entre la sostenibilidad y rentabilidad ($R = 0.452$), lo que indica una relación adecuada entre la implementación de la transformación digital y la capacidad de generar beneficios económicos sostenibles.

Además, se encontró una correlación positiva entre la transformación digital y la satisfacción de los clientes en términos de sostenibilidad ($R = 0.877$), lo que sugiere que las empresas que se embarcan en procesos de transformación digital tienden a mostrar una mayor satisfacción.

Por último, se identificó una correlación débil pero positiva entre la transformación digital y la motivación ($R = 0.418$), lo que indica que la implementación de estrategias de transformación digital puede tener un impacto positivo en este aspecto.

Los aspectos más importantes a considerar para las MiPymes en la ciudad de Cuenca son los cambios o mejoras en los procesos productivos, en este estudio se evidenció que el 88% de las empresas lo ejecutan, seguidamente de realizar nuevos cambios o mejoras en comercial y/o ventas con un 87% del porcentaje de las compañías. Estos resultados son coincidentes con los de Bravo et al. (2017), quienes determinaron que la gestión en innovación y desarrollo tecnológico, en la ciudad de Cali, Colombia se encuentra en primero lugar y en segundo lugar se encuentran los cambios o mejoras en el ámbito comercial y/o ventas con un 65%.

Los resultados de la investigación muestran que un 88% de las MiPymes en Cuenca mantienen cambios o mejoras en los procesos productivos que tiene similitud con los resultados de un estudio en relación al efecto de la innovación en las MiPymes de Cuenca, Ecuador. Estudio observacional descriptivo transversal realizado en el año 2013 en donde se obtuvo un 52,6%, es decir en estos 10 años ha superado un 35,4% en mejoras de procesos productivos, lo que evidencia un mayor interés de los dueños de empresas o negocios en mejorar sus procesos para mantenerse competitivos en el mercado.

En el ámbito de la digitalización de acuerdo a la investigación realizada en este estudio, el 42% de las empresas consideran poco importante la utilización de la página web propia como medio digital. Estos resultados difieren de lo que los autores Bravo et al. (2017), encontraron en su investigación donde en un 90% el uso de la página web institucional es un medio de digitalización. Notoriamente es un alto porcentaje de diferencia en comparación a las MiPymes en Cuenca, que aún no dan ese salto para poder generar sus propios sitios web y puedan ofrecer la oportunidad de crear espacios en los que puede interactuar con la empresa de forma continua a través de comentarios, preguntas y sugerencias directas.

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación sugieren que las MiPymes en Cuenca tienen un gran potencial para liderar la economía local y mantenerse competitivas en el mercado, incluso en tiempos de crisis. La creación de nuevas empresas en el último año muestra una capacidad de innovación y adaptabilidad por parte de los empresarios locales. En relación a la digitalización sería beneficioso para las MiPymes en la ciudad de Cuenca implementar una estrategia de presencia en línea que incluya la creación de una página web propia y el uso de herramientas digitales para la transformación digital. Esto podría ayudar a mejorar su competitividad en el mercado, aumentar su alcance y atraer a nuevos clientes. Además,

es importante que las autoridades competentes brinden información y educación a las MiPymes sobre los beneficios y oportunidades que ofrece la presencia en línea como parte de la transformación digital.

En cuanto a los procesos los resultados indican que las empresas en la ciudad de Cuenca están comprometidas con la mejora continua y la adaptación al cambio para asegurar su supervivencia y éxito a largo plazo. El 88% de los encuestados indicaron haber realizado cambios o mejoras en sus procesos productivos, lo que indica que las empresas están dispuestas a invertir en su desarrollo y mejorar su desempeño para mantenerse competitivas en el mercado.

En el ámbito de desarrollo sostenible apunta a que las empresas en la ciudad de Cuenca están comprometidas con la mejora continua y la adaptación al cambio para asegurar su supervivencia y éxito a largo plazo. Sin embargo, también se evidencia una falta de conocimiento sobre el Desarrollo Sostenible y los beneficios que puede brindar a las empresas.

Es fundamental educar y concienciar a las empresas sobre los principios y las oportunidades asociadas al Desarrollo Sostenible, a fin de fomentar su adopción y promover un desarrollo más equitativo y sostenible en el contexto empresarial. Además, es importante destacar que las empresas pueden estar motivadas tanto por la búsqueda de eficiencia, calidad y satisfacción del cliente, como por cumplir con requerimientos normativos. Esto sugiere que las empresas están dispuestas a cumplir con las regulaciones establecidas y a mejorar sus procesos productivos para garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos por las autoridades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arteaga, J., Coronel, V., & Acosta, M. (2018). Influencia del marketing digital en el desarrollo de las MIPYME's en Ecuador. *Revista Espacios*, 39(47).
- Ávila, F., Bernal, I., & Monroy, D. (2023). Transformación Digital Empresarial: Revisión de producciones investigativas 2017-2021. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(101), 282-296.
- Bravo, S., Donado, A., Prieto, R., Durán, S. E., & Salazar, E. (2017). MiPyMEs asociadas y no asociadas: una aproximación a su gestión en innovación y desarrollo tecnológico. *Revista Espacios*, 38(58).

- Calle Castro, A. K., Erazo Álvarez, J. C., & Vásquez Erazo, E. J. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial en las instituciones de salud privadas de Azogues, Ecuador. *Universidad Y Sociedad*, 14(5), 621-629.
- Delgado, T. (2021). Transformación Digital empresarial: modelos y mecanismos para su adopción Enterprise digital transformation: models and mechanisms for its adoption. *Revista Cubana de Transformación Digital*, 2(2), 01-08.
- Durán Chinchilla, C. M., Páez Quintero, D. C., & García Quintero, C. L. (2021). Redes sociales y emprendimiento en tiempos de COVID-19: Experiencia de Ocaña-Colombia. *Revista De Ciencias Sociales*, 27, 94-107. A
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (de 2019). *DSG Consulting*. Características de las Mipymes en Ecuador. <https://www.dsg.ec/gestion-empresas/mipymes-en-ecuador/>
- Erazo, J. (2021). Capital intelectual y gestión de innovación: Pequeñas y medianas empresas de cuero y calzado en Tungurahua-Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 27, 230-245.
- García-Gutiérrez, A., Medina-Carballosa, E., & Mastrapa-García, R. (2022). Formación de la competencia psicopedagógica de profesionales para el desarrollo social. *Revista Mexicana De Investigación E Intervención Educativa*, 1(1), 53-60.
- Kotusev, S., & Kurnia, S. (2021). The theoretical basis of enterprise architecture: A critical review and taxonomy of relevant theories. *Journal of Information Technology*, 36(3), 275-315.
- Nasiri, M., Ukko, J., Saunila, M., & Rantala, T. (2020). Managing the digital supply chain: The role of smart technologies. *Technovation*, 96-97.
- Quintana-Santiago, Y. M., & León-González, J. L. (2022). Tendencias actuales del proceso de desarrollo de habilidades investigativas en estudiantes de las carreras de Ciencias Médicas en América Latina y el Caribe. *Revista Mexicana De Investigación E Intervención Educativa*, 1(2), 13-24.
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(3), 1143-1160.
- Saavedra, M., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica. *Actualidad Contable FACES*, 11(17), 12-134.
- Sánchez, I., Benítez, F., Moscoso, A., & Muñoz, M. (2019). Desarrollo sostenible en las Mipymes de Ecuador y su impacto en el consumidor. Sustainable development in the MSMEs of Ecuador and its impact on the consumer. *Cumbres*, 6(1), 33-42.
- Schwab, K. (2016). La cuarta revolución industrial. Penguin Random House.
- Sotomayor, O., Ramírez, E., & Martínez, H. (2021). Digitalización y cambio tecnológico en las mipymes agrícolas y agroindustriales en América Latina. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46965/4/S2100283_es.pdf
- Troitiño, D. (2022). La estrategia de las instituciones de la Unión Europea ante el reto de digitalización. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 131, 17-40.
- Velázquez-Rodríguez, K. (2022). La gestión de la innovación territorial en el entorno socioeconómico cubano. *Revista Transdisciplinaria De Estudios Sociales Y Tecnológicos*, 2(3), 5-11.
- Vélez, A., & Mendoza, A. (2021). Factores claves en la Digitalización de las MIPYMES. *X-Pedientes Económicos*, 5(13), 76-84.