



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Incidencia del conocimiento digital del emprendedor guayaquileño en  
la generación de nuevas PYMES.**

**AUTORES:**

**Lucas Tábara Renato José  
Narea Sigcho Nathalie Vanessa**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
INGENIERO COMERCIAL**

**TUTOR:**

**Ing. Rubén Patricio Barberán Arboleda**

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

**19 de febrero del 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Lucas Tábara Renato José y Narea Sigcho Nathalie Vanessa**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero Comercial**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_



**Ing. Barberán Arboleda, Rubén Patricio**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Pico Versoza, Lucía Magdalena, Mgs.**

**Guayaquil, a los 19 días del mes de febrero del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Lucas Tábara Renato José y Narea Sigcho Nathalie Vanessa**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes**, previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 19 días del mes de febrero del año 2022**

**LOS AUTORES**

f.

**Narea Sigcho Nathalie Vanessa**

f.

**Lucas Tábara Renato José**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**


**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Lucas Tábara Renato José y Narea Sigcho Nathalie Vanessa**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 19 días del mes de febrero del año 2022**

**LOS AUTORES**

f.   
\_\_\_\_\_  
**Narea Sigcho Nathalie Vanessa**

f.   
\_\_\_\_\_  
**Lucas Tábara Renato José**

# REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND digital library interface. On the left, document details are shown: 'Documento: [https://biblioteca.urb.edu.ec/urkund/10254.docx](#) (314796407)', 'Presentado: 2022-03-13 20:26 (+05:00)', 'Presentado por: Rubén Patricio Barberán Arboleda (ruben.barberan@ucap.edu.ec)', and 'Revisado: ruben.barberan@ucap.edu.ec'. A green checkmark indicates the document is available in full text. On the right, a table lists sources with columns for 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The table contains three entries: 'Documento' with a link to 'Documento de Fichero URKUND', 'Fuente alternativa' with a link to 'Tesis de licenciatura', and another 'Fuente alternativa' with a link to 'Tesis de licenciatura'. Below the interface, a document snippet is visible, containing text from the Faculty of Economic and Administrative Sciences, mentioning a thesis on digital knowledge management and a certification of the work's originality.



f. \_\_\_\_\_

**Ing. Rubén Patricio Barberán Arboleda.**



f. \_\_\_\_\_

**Lucas Tábara Renato José.**



f. \_\_\_\_\_

**Narea Sigcho Nathalie Vanessa.**

## **Agradecimiento**

La vida es muy corta como para no ser felices es por ello que en este presente trabajo quiero agradecer a Dios por regalarnos un nuevo día para ser felices, a la vida, aunque sea muy dura de comprenderla y muy corta nos ha enseñado a ser fuertes y capaces de lograr nuestras metas, también quiero agradecer a mi familia que me ha regalado la vida y que sin haberlo pedido han sido mis bases para encaminar a este ser humano. También quiero agradecer a mi compañero de Tesis que lo conozco desde el primer semestre de haber iniciado la carrera y que ha emprendido el viaje de conocimiento y ahora un trabajo esencial e importante se ha logrado en conjunto. Con la sencillez más grata que puede existir y que todo en la vida tiene ciclos que terminar agradezco a todas aquellas personas que formaron parte del tren del conocimiento y que han permitido formarnos y forjarnos a través de los años.

~ Nathalie Vanessa Narea Sigcho

## Agradecimiento

Primero y sobre todas las cosas a Dios, porque hasta aquí me ha sostenido, por su fidelidad, su gracia y amor que sobrepasa mi entendimiento.

A mi papá Iván que ha sido mi mayor referente profesional, de responsabilidad y mi mayor ejemplo a seguir.

A mi Mamá Pili que ha estado para mí hasta en los días más oscuros, que ha luchado por mí hasta el cansancio, por todas sus enseñanzas de vida y por formar la personas que soy ahora.

A mi abuelita Claudina que ha sido esa guerra silenciosa en oración que se ha preocupado hasta por el más mínimo detalle, y por ser el ejemplo de persona más noble que conozco. Espero algún día poder ser un poco más como tu mi abue.

A mis hermanos Clau y Oscar que han sido mis compañeros de vida, mis mejores amigos, por esos días donde un café en la universidad podía calmar hasta el día más estresante.

A Guille y Joel mis mejores amigos de toda la vida, mis hermanos de otra madre, aquellos que han estado para mí siempre en las buenas y en las malas.

A mi compañera Nathalie, que sin ella esto no hubiese sido posible, por ser ese apoyo vital para mi formación profesional y el desarrollo de este trabajo.

Y por último a la más importante a mi Rena, que sin duda fue lo mejor que me pasó en la U, quien me motiva siempre ha ser el mejor, a la que lucha junto a mí en todas mis batallas, a ti mi amor.

~ Renato José Lucas Tábara

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de titulación va dedicado en primer lugar a Dios, a mis familiares y especialmente a mi tío Charlie por el apoyo incondicional para que este trabajo se haya realizado.

Adicionalmente, a la vida por permitirme gozar de buena salud y realizar esta investigación y

que pese a los obstáculos que se presenta durante el camino debemos de ser fuertes y lograr nuestros propósitos. El camino ha sido arduo de altos y bajos, pero con la esperanza intacta y

can las ganas de convertirse en un mejor ser humano cada día este trabajo va dedicado para

aquellas personas que siguen luchando pese los obstáculos que se presenten y que al final

vendrán muchas recompensas.

Para todos aquellos que se esfuerzan, mi más sincera admiración.

~ Nathalie Vanessa Narea Sigcho



## Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis Padres, que sin su apoyo esto no hubiese sido posible, espero poder  
siempre hacerlos sentir orgullosos.

A mis hermanos por su apoyo incondicional.

A mi abuelita y a mi Tío Gus, que siempre han estado ahí para ayudar en todo lo que necesite.

A los compañeros que conocí en la Universidad, que fueron tanto un apoyo emocional, como de  
desarrollo profesional.

A la chica que se robó mi corazón, la que siempre quiere lo mejor para mí, por amarme tan  
bonito, a ti mi Rena.

~ Renato José Lucas Tábara



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Pico Versoza, Lucía Magdalena, Mgs**  
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Arévalo Avecillas, Danny, PHD**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Said Diez Farhat, Ph.D**  
OPONENTE

Guayaquil, 19 de febrero de 2022

Economista

**Danny Arévalo Avecillas**

**COORDINADOR UTE - UIC B-2021**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En su despacho.

De mis consideraciones:

Ingeniero **Rubén Patricio Barberán Arboleda**, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado del Narea **Sigcho Nathalie Narea**, cúmplese informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes.”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0 % de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2021 a mi cargo, en la que me encuentra (o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes”** somos el Tutor (a) **Rubén Patricio Barberán Arboleda** del Sr/Srta Narea Sigcho Nathalie Vanessa y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10; Diez sobre Diez.**

Atentamente,



**Ing. Rubén Patricio Barberán Arboleda**

PROFESOR TUTOR

  
**Narea Sigcho Nathalie Vanessa**

AUTOR

Guayaquil, 19 de febrero del 2022

Economista

Danny Arévalo Avecillas

**COORDINADOR UTE-B - 2021**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En su despacho,

De mis consideraciones:

Ingeniero **Rubén Patricio Barberán Arboleda**, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado del (**Lucas Tábara Renato José**), cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño la generación de nuevas pymes”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de investigación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2021 a mi cargo, en la que me encuentra (o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes”** somos el Tutor (a) **Rubén Patricio Barberán Arboleda** del Sr. **Lucas Tábara Renato José** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera. La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10 / 10; diez sobre diez**

Atentamente,



**Ing. Rubén Patricio Barberán Arboleda**

PROFESOR TUTOR



**Lucas Tábara Renato José**

AUTOR

## INDICE GENERAL

Resumen.....	XX
Abstract.....	XXI
Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Contexto económico .....	5
Emprendimiento en Ecuador.....	8
El problema.....	11
Justificación .....	12
Objetivos de la Investigación.....	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos.....	13
Pregunta de investigación .....	14
Limitación de la investigación .....	14
Delimitación de la investigación.....	14
Capítulo 1. Revisión de la literatura .....	16
Marco Referencial.....	16
Emprendedor digital elemento clave en el desarrollo de nuevas organizaciones .....	16
Pymes atravesadas por las Tecnologías de Información y Comunicación .....	17

Las tecnologías de información y comunicación en la gestión de las pymes del Ecuador .....	18
Uso de las TIC´s.....	18
Disponibilidad de un sistema centralizado de datos .....	18
Requerimientos de información de una pyme .....	18
El conocimiento de las TIC´s y el marketing digital para el crecimiento y expansión de los negocios.....	19
Las competencias digitales un recurso intangible en los negocios .....	20
Marco Teórico.....	21
Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) .....	21
Emprendimiento y tecnología.....	23
Emprendimiento y espíritu empresarial .....	29
Modelos de emprendimiento.....	33
Star Up Business .....	33
Factores que impulsan el emprendimiento .....	34
Financiamiento.....	34
Servicio de apoyo y capacitación empresarial .....	34
Marco Regulatorio .....	35
Internet: Infraestructura de redes que conecta a un sin números de computadores..	35
Redes sociales: herramienta digital.....	37

Tecnologías de la información y comunicación (TIC's) .....	37
Las TIC's y el crecimiento económico. ....	37
Internet: Infraestructura de redes que conecta a un sin números de computadores..	39
Redes sociales: herramienta digital.....	40
Competencia Digital .....	40
Marco Legal .....	43
Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Manejo de Datos. ....	45
Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. ....	46
Capítulo 2: Metodología .....	49
Diseño de Investigación .....	49
Tipo de Investigación.....	49
Enfoque de Investigación.....	50
Método de Investigación.....	51
Alcance de la Investigación .....	52
Técnica de Recolección de Datos .....	53
Diseño de las encuestas.....	53
Población.....	56
Muestra .....	56
Operacionalización de las variables.....	57
Capítulo 3: Resultados .....	59

Resultados de la encuesta.....	59
Discusión.....	80
Conclusiones y recomendaciones .....	82
Conclusiones.....	82
Recomendaciones .....	84
Referencias bibliográficas.....	85



## Índice de tablas

Tabla 1. Formato de preguntas parte A.....	54
Tabla 2. Formato de encuestas Parte B.....	55
Tabla 3. Población de estudio .....	56
Tabla 4. Cálculo de la muestra.....	56
Tabla 5. Operacionalización de las variables.....	57
Tabla 6. Nivel de conocimiento por herramientas digitales de búsqueda.....	64
Tabla 7. Nivel de conocimientos digitales de edición de texto y hojas de cálculo.....	68
Tabla 8. Nivel de conocimiento de softwares de generación de contenidos y uso de la aplicación. .....	71
Tabla 9. Conocimiento de ataques informáticos y tamaño de emprendimiento .....	73
Tabla 10. Nivel de implementación de tecnología en las soluciones por tipo de emprendimiento .....	78
Tabla 11. Nivel de conocimiento estrategia digital por nivel de ingresos económicos del emprendimiento .....	79

## Índice de figuras

Figura 1. Variación trimestral del PIB Y precios del petróleo .....	6
Figura 2. Comportamiento del empleo en el Ecuador .....	7
Figura 3. Crecimiento proyectado del PIB para el 2020.....	8
Figura 4. Evolución de la actividad emprendedora temprana en Ecuador y países seleccionados .....	10
Figura 5. Comparación de la TEA en el Ecuador .....	11
Figura 6. Variables de Clasificación de Empresas: Tamaño de Empresas .....	22
Figura 7. Participación de Empresas por Sectores Económicos en Ecuador .....	23
Figura 8. Circuito Lean Startup. ....	33
Figura 9. Tiempo que lleva en el emprendimiento .....	59
Figura 10. Tipo de emprendimiento por tiempo de vida .....	60
Figura 11. Tamaño por tipo de emprendimiento .....	61
Figura 12. Capital por tamaño del emprendimiento .....	62
Figura 13. Nivel de conocimiento de búsqueda de información por tiempo de vida del emprendimiento .....	63
Figura 14. Nivel de conocimiento digital por uso de plataforma de búsqueda.....	65
Figura 15. Tipo de emprendimiento por conocimiento de uso de software de edición .....	66
Figura 16. Tipo de emprendimiento por conocimiento de uso de software de hojas de cálculo ...	67
Figura 17. Nivel de conocimiento de software de comunicación remota por tipo de emprendimiento .....	69
Figura 18. Aplicaciones de mensajerías y nivel de conocimientos .....	70

Figura 19. Tipo de emprendimiento por nivel de conocimiento de softwares de generación de contenidos .....	71
Figura 20. Uso de plataforma de difusión por nivel de conocimiento de generación de contenidos .....	72
Figura 21. Conocimiento de ataques informático por formas de proteger datos .....	74
Figura 22. Uso de tecnología para resolver problemas por tiempo de vida del emprendimiento.	75
Figura 23. Tipo de emprendimiento por desarrollo de soluciones innovadoras .....	76
Figura 24. Uso de tecnología por barreras de uso de tecnología .....	77
Figura 25. Medios digitales y nivel de conocimiento de estrategia digital.....	78

## Resumen

Durante las últimas décadas, la competencia digital se ha vuelto esencial en cualquier lugar de trabajo. En la actualidad es difícil encontrar una actividad económica que no se requiera conocimientos en TIC's. Al mismo tiempo en el ecosistema del emprendimiento se encuentra deficiencia en conocimientos digitales, lo que reduce la posibilidad de crecer el negocio. Por lo consiguiente el presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas PYMES. Con respecto al marco teórico se identifican diversas teorías y conceptos que respaldan las variables del proyecto de investigación, tales como las competencias digitales, generación de nuevas pymes, TIC'S y factores que impulsan el emprendimiento, teorías y conceptos como la informática y computación, redes de comunicación, sistemas de información. El método aplicado es el descriptivo a través de autoevaluación de las competencias digitales basado en el Marco Europeo DigComp. Luego, se realiza una encuesta a 160 emprendedores pertenecientes a las aceleradoras y centros de emprendimientos como: Épico, Centro de Artes y Oficios, Ucsg Emprende, Dirección de Acción Social y Educación y Centro Municipal Huancavilca los cuales 81 de ellos se tuvieron respuestas. En conclusión, se identificó como las actividades emprendedoras se han incrementado en el Ecuador y también cuales son las dimensiones de las competencias digitales de acuerdo al Marco Europeo de Competencias Digitales. Como segundo objetivo se desarrolló el marco metodológico a través de la investigación descriptiva mediante el uso de encuestas a emprendedores. Por último, el estudio permitió conocer como incide las competencias digitales en la generación de nuevas pymes.

**Palabras Claves:** Conocimiento digital, TIC'S, DigComp, Competencia digital.

## **Abstract**

Over the last few decades, digital competence has become essential in any workplace. At present it is difficult to find an economic activity that does not require knowledge of ICTs. At the same time, there is a deficiency in digital knowledge in the entrepreneurial ecosystem, which reduces the possibility of growing the business. Therefore, this research work aims to analyze the incidence of digital knowledge of the Guayaquil Entrepreneur in the generation of new SMEs. Regarding the theoretical framework, various theories and concepts are identified that support the variables of the research project, such as digital skills, generation of new SMEs, ICTs and factors that drive entrepreneurship, theories and concepts such as informatics and computing, communication networks, information systems. The method applied is descriptive through self-assessment of digital skills based on the European DigComp Framework. Then, a survey is conducted of 160 entrepreneurs belonging to accelerators and entrepreneurship centers such as: Épico, Center for Arts and Crafts, Ucsq Emprende, Directorate of Social Action and Education and Huancavilca Municipal Center, to which 81 of them had answers. In conclusion, it was identified how entrepreneurial activities have increased in Ecuador and also what are the dimensions of digital skills according to the European Framework of Digital Skills. As a second objective, the methodological framework was developed through descriptive research through the use of surveys of entrepreneurs. Finally, the study allowed us to know how digital skills affect the generation of new SMEs.

**Palabras Claves:** Digital knowledge, TIC'S, DigComp, Digital Competence

## **Introducción**

En estos días, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tienen que hacer frente a los efectos de la globalización y el cambio tecnológico. Por lo tanto, la capacidad empresarial y el desarrollo de otras habilidades se vuelven esenciales para lograr el éxito. Las tecnologías digitales han cambiado fundamentalmente las empresas, las estrategias comerciales, los procesos, los productos y los servicios, transformando las formas tradicionales de dar forma a un negocio. El número de gerentes que se adaptan e interactúan con la tecnología digital en las empresas, incluidas las pymes, está creciendo rápidamente, y estos desarrollos brindan grandes incentivos para explorar las condiciones que facilitan la transformación digital.

Las necesidades de consumo del mercado ecuatoriano en la actualidad se encuentran cubiertas no solo por grandes empresas sino también por pequeños emprendimientos que surgieron para generar nuevas fuentes de trabajo y de esta forma obtener una rentabilidad de la misma, a su vez la implementación de las tecnologías de información y comunicación resulta imprescindible debido que se encuentran inmersas en gran parte de las actividades sociales y comerciales, es decir la probabilidad de éxito y permanencia de las empresas está relacionado directamente con la adaptación de nuevas tecnologías de información y comunicación. Estos emprendimientos se conocen como PYMES, los cuales consisten en aquellas pequeñas y medianas empresas, que no tienen una gran estructura organizacional, ya que por lo general están conformados por miembros de una misma familia, debido a esto sus ingresos no superan alrededor de los \$100.000 anuales (SRI, 2012), sin embargo, al ser negocios de fácil integración, se han convertido en una opción accesible para genera ingresos y debido a esto, conforman un gran porcentaje del proceso productivo del país.

Según el Servicio de Rentas Internas (2012), se conoce como PYMES “al conjunto de pequeñas y medias empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas” (p.2). Debido al tamaño de las PYMES, estas deben apoyarse en diversos factores que ayuden a su sostenibilidad en el tiempo e incrementen su desarrollo económico, aquí es donde se recurre al uso de las tecnologías de información y comunicación, más conocidas como TIC’s, las cuales son todos aquellos programas y medios tecnológicos por los cuales se almacena y transmite información. Según Ibarra y Arriaza (2008), las TIC’s son un conjunto de tecnologías digitales.

La presente investigación se enfoca en analizar la Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas PYMES, las TIC’s son una herramienta vital para el uso diario en las actividades de los emprendedores, adaptarse a las nuevas tecnologías, capaces de ayudar en el desarrollo operativo de una empresa tales como; captación de clientes, desarrollo y gestión de actividades para el incremento productivo de los procesos y una optimización de los costos de la empresa. La adopción de estas herramientas es fundamental para lograr un posicionamiento en el mercado competidor y un desarrollo óptimo del negocio.

### **Antecedentes**

Actualmente en el Ecuador, las microempresas representan una parte importante del sector comercial, ayudando a la dinamización de la economía de país al ser una opción accesible de trabajo y desarrollo, no obstante, el gran número de las actividades de comercio se realizan de manera informal y convencional.

Particularmente en la ciudad de Guayaquil, que actualmente es una de las ciudades con mayor actividad comercial en el país, en donde los emprendedores en su gran mayoría se ven limitados a comerciar con pequeños grupos de individuos, se hace inherente el uso de las TIC's como herramientas para el incremento de su cartera de clientes, al mismo tiempo que reducen sus costos y automatizan sus procesos de transacción.

Según Pesantez y Moreira (2020), actualmente la ciudad de Guayaquil está liderando los negocios digitales (e-business) y ventas por internet, es considerada como una de las ciudades con mayor dinamismo en actividades económicas, principalmente en el comercio de bienes y servicios, siendo una ciudad con la mayor cantidad de mayores contribuyentes para el Servicio de Rentas Internas (SRI) aquellos que se dedican a las ventas por internet mediante plataformas digitales.

Por otro lado, en un estudio realizado al uso de las TIC's por parte de emprendedores Guayaquileños, se demostró que existe un gran interés en aprender sobre el uso de las tecnologías y aplicarlas con la finalidad de brindar más alternativas y facilidades de compra a sus consumidores, sin embargo, aún existe una pequeña parte de emprendimientos que se resisten al uso de tecnologías por falta de conocimiento, desconfianza por sistemas informáticos que manejar información personal sobre el cliente o para falta recursos económicos (Alvarado, 2020).

Es por esto, que la presente investigación tiene la finalidad de analizar el conocimiento digital del emprendedor guayaquileño y como este conocimiento influye en la generación de nuevas PYMES, siendo Guayaquil una de las ciudades más desarrollada a nivel digital en el comercio de bienes y servicios se podrá profundizar acerca del manejo y barreras tecnológicas que poseen actualmente los emprendedores.



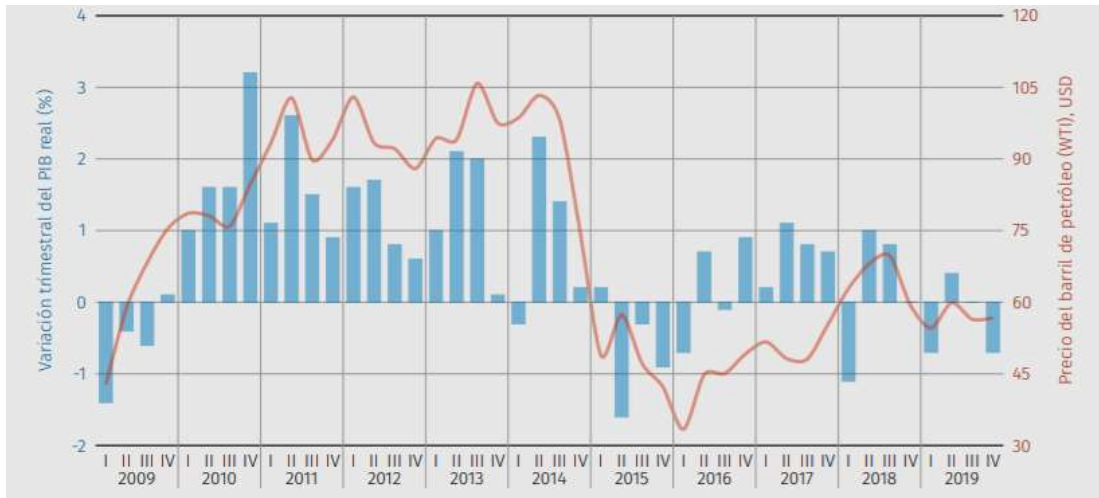
## **Contexto económico**

Para el periodo 2019, la variación anual del PIB real vario en un 0%; de hecho, durante 2 trimestres del año se presentaron disminuciones del 0,7%. A pesar de las acciones por parte del gobierno para diversificar la economía y que la economía no dependa en su m mayoría de las exportaciones petroleras, se puede observar que existe una alta relación entre el precio del barril del petróleo globalmente y el crecimiento económico. (Ver figura1). A inicio de los últimos 10 años, ecuador presento un crecimiento económico favorable debido al auge de las exportaciones petroleras, el cual cambiaria a finales de 2014, cuando los precios del petróleo se desplomaron aproximadamente un 50%, las cuales dan en evidencia las debilidades macroeconómicas del país. (ESPAE escuela de Negocios, 2020)

Debido a diferentes factores tales como la falta de ahorro fiscal durante la época del auge petrolero, la baja inversión extranjera directa, el incremento en el déficit fiscal, el gobierno presento el proyecto denominado “Plan prosperidad”, donde propuso una serie de medidas fomentando así la producción nacional y Diferentes medidas de austeridad. Además, el gobierno acudió a financiamiento externo con una línea de crédito de 10 millones de dólares entre los periodos 2019-2021, incluyendo 4.2 millones provenientes del acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI). (Plan Prosperidad 2018-2021, 2020).

**Figura 1.**

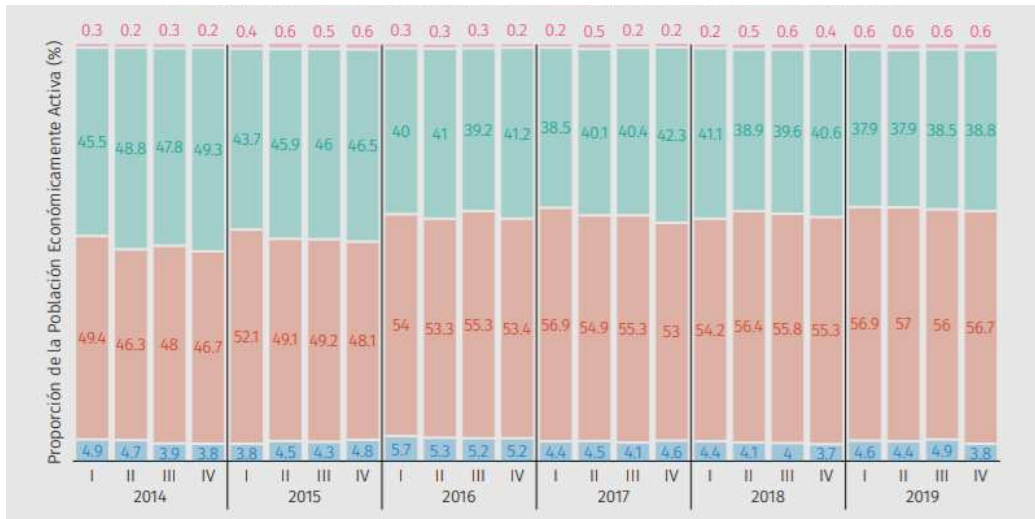
*Variación trimestral del PIB Y precios del petróleo*



Para octubre 2019, el gobierno con el objetivo de disminuir la carga fiscal, anuncio una serie de medidas económicas, tales como la eliminación de los subsidios al combustible, el cual desato inconformidad entre las personas que conforman el territorio ecuatoriano generando paralización de las actividades durante dos semanas en muchas partes del país. En la Figura 2 se puede observar que a pesar de dichos acontecimientos la tasa de desempleo ha logrado mantenerse estable, teniendo una tendencia favorable en años precedentes. No obstante, en Ecuador no es algo necesariamente bueno ya que el país presenta problemas en el mercado laboral se desplaza al subempleo. Así, por un lado, los empleos compuestos por quienes perciben un salario básico vital se redujo en 2019, promediando 38%, mientras que de 2016-2018 se presentó entre 39 y 41%.

**Figura 2.**

*Comportamiento del empleo en el Ecuador*



Para el periodo 2020 el contexto económico presentaba una capacidad disminuida para responder a la crisis que vivía el país previo a la pandemia Covid-19. Al inicio del 2020 se proyectaba un incremento anual del PIB del 0.7% de acuerdo con él (Banco Central del Ecuador, 2021). Sin embargo, la situación desfavorable de la economía del Ecuador se vio multiplicada a raíz de la pandemia. Ante la ausencia de medidas para prevenir contagios, Ecuador y gran parte de la población estuvo obligada a entrar en confinamiento con la finalidad de disminuir el número de contagios, un panorama sin antecedentes que sin duda ha comprometido la sostenibilidad de muchos negocios y las cadenas logísticas a nivel mundial. Por lo que las proyecciones de crecimiento económico del país s han presentado negativamente, con valores de alrededor de -7%.

### **Figura 3.**

*Crecimiento proyectado del PIB para el 2020*

Institución	Valor
Fondo Monetario Internacional	-7.6%
Banco Mundial	-7.4%
Comisión Económica para América Latina y el Caribe	-6.5%
Banco Central del Ecuador	-8.3%

Los negocios se ven obligados a enfrentar varios retos al corto plazo. De acuerdo con la encuesta realizada a empresas latinoamericanas, (Kantis & Angelelli, 2020) indica que los negocios más afectados son aquellas que poseen una corta trayectoria. Además, indican que el impacto más significativo radica en las empresas del sector de entretenimiento, turismo y gastronómico.

### **Emprendimiento en Ecuador**

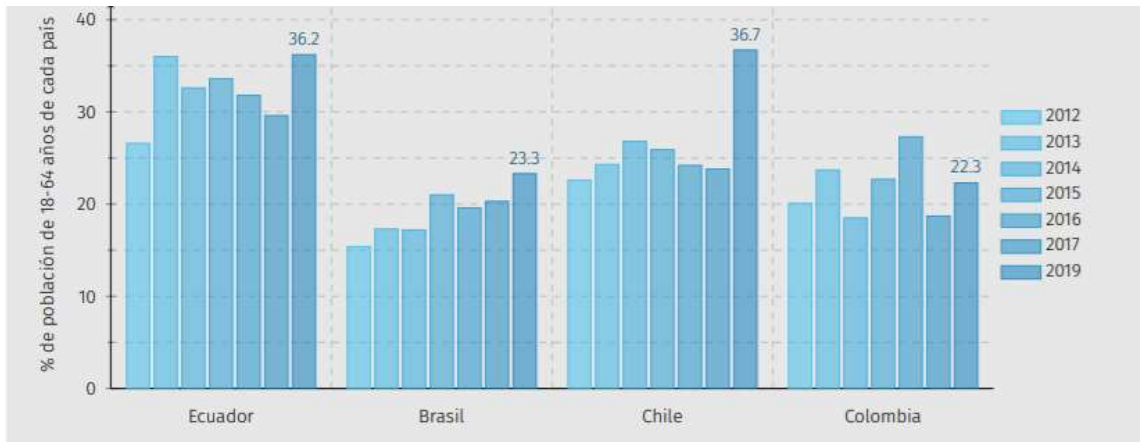
El emprendimiento es un factor crítico en el crecimiento de una nación, especialmente en países en desarrollo como lo es el caso de Ecuador, por lo que es de vital importancia que los emprendedores conozcan y entiendan el desarrollo los negocios dentro del país, así como a los cambios y características de su entorno. Un estudio de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2020), tuvo como objetivo “medir el nivel de actividad emprendedora en cada uno de los países participantes y compararlos entre sí, analizar los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora e identificar áreas de oportunidad que permitan la creación de nuevas políticas” (pág. 51), para esto realizó dos cuestionarios, el primero fue aplicado a personas de población adulta y el segundo evaluó a expertos con conocimiento y experiencia en emprendimientos mediante la metodología GEM.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2020), “uno de los principales indicadores del GEM es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) la cual se compone de dos tipos de emprendedores nacientes y nuevos” (pág.18). Se consideran nacientes aquellas personas de edad entre los 18 -64 años que están realizando acciones para iniciar un negocio o han empezado uno, sin embargo, los mismos no han realizado el pago de sueldos por un periodo mayor a 3 meses. Por otro lado, los emprendedores nuevos también son personas de entre 18 y 64 años, que en cambio ellos si han realizado el pago de sueldos por más de 3 meses, pero menos de 42 meses.

En el 2019, de acuerdo a datos de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2020), Ecuador presento “una TEA de 36,2% superior a la de 2017 que fue de 29.62%. Esto significa que, en Ecuador alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron implicados en la puesta de un negocio” (pág. 18). Este aumento se muestra mejor a través de la tasa de emprendedores nacientes que fueron un 26,9% y de negocios nuevos con un 10,8% en el año 2019, mientras que en el año 2017 las tasas fueron de 21.2 y 9.8, respectivamente, lo que demuestra un incremento debido a que hay más usuarios tomando acciones para la creación de un negocio que aún no está en funcionamiento. (Ver tabla 3) (ESPAE escuela de Negocios, 2020).

**Figura 4.**

*Evolución de la actividad emprendedora temprana en Ecuador y países seleccionados*

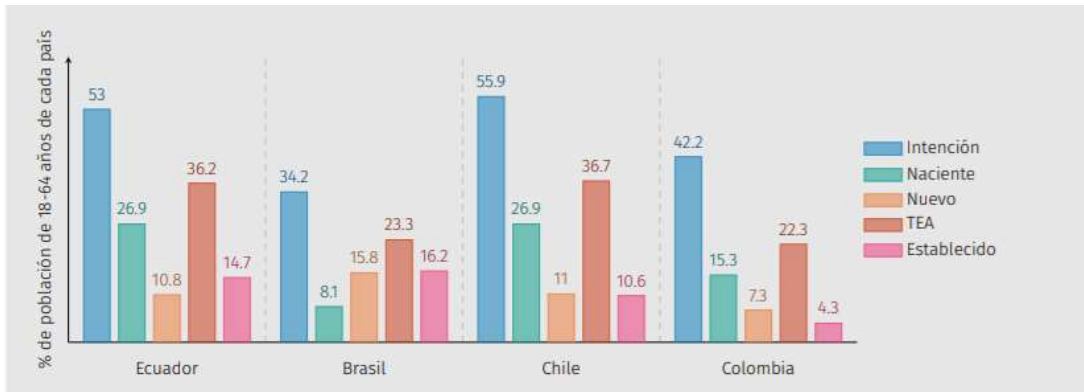


Nota: comportamiento de la tasa de emprendimiento de la región. Tomado de: (ESPAE escuela de Negocios, 2020).

De acuerdo con los resultados globales establecidos por el (ESPAE escuela de Negocios, 2020) , ” los países de Latinoamericanos y el caribe presentan tasas más elevadas. Chile obtuvo una TEA de 36.7%, muy superior a la obtenida en el 2018 que fue de 25.1%, teniendo la tasa más alta de toda la región” (p. 23). Los valores de Chile se dan principalmente por el aumento en 11% en la tasa de emprendedores nacientes, por otro lado, la tasa de nuevos negocios se mantiene constante comparándolo con el año anterior. Ecuador se encuentra en el conjunto de economías de ingresos medios en donde presento un promedio de la TEA de 14.9%. Ecuador tiene la mayor TEA dentro de este grupo de países, mientras que Guatemala y Brasil alcanzaron valores de TEA por encima del 20.0% y finalmente México mostró un indicador TEA por debajo del promedio (Ver Figura 4).

**Figura 5.**

*Comparación de la TEA en el Ecuador*



Como se pudo observar en la Figura 5, el 14,7% de los negocios establecidos se encuentran en esta etapa, mientras que Brasil muestra una tasa mayor que Ecuador. Por otro lado, dentro de los países con ingresos medios, el promedio de negocios establecidos alcanzó un 8,4% siendo México uno con los valores mínimos de 1,8% mientras que Brasil tiene el valor más alto con 16,2%.

### **El problema**

Aunque el Ecuador se presenta como una de las naciones con mayor tasa de emprendimiento con una tasa promedio del 36.2%, para el 2019, pero los negocios generados por las actividades emprendedoras no superan el tiempo de vida de 42 meses e inclusive no pasan del primer año de operaciones.

Entre los factores relacionados al comportamiento de deserción de los negocios emprendedores se debe a:

- Financiamiento
- Políticas del estado
- Educación
- Mercado interno en donde se encuentra el negocio
- Aspectos sociales y culturales

Aparte de los factores mencionados, el elemento de adopción de investigación y desarrollo relacionado al uso de la tecnología se ha convertido en un aspecto diferenciador para los negocios y la falta de este puede generar afectaciones en las actividades de los emprendedores.

En el caso de negocios o emprendimientos que no implementan tecnologías se puede generar resultados como:

- Disminución de ingresos económicos
- Falta de capacidad operativa
- Falta de capacidad estratégica
- Muerte del negocio

Por esa razón el presente estudio se enfocará en analizar el impacto del conocimiento de TIC's sobre los emprendedores y sus negocios

### **Justificación**

Ante los sucesos que se están presentando en la actualidad y que las tecnologías son cada vez más utilizadas en la sociedad y la economía está logrando transformar las formas de trabajar, estudiar, comunicarse y el acceso a la información debido a que el avance tecnológico está disruptiendo la forma tradicional en que se venía administrando los negocios.

Las razón que se realiza la investigación es dado porque según expertos de la revista Global Entrepreneurship Monitor (2020) que se centra en el “conocimiento del ecosistema de emprendimiento en donde arrojaron que la transferencia de investigación y desarrollo es baja, dado que los expertos aclara que la ciencia y tecnología permiten la creación de emprendimientos tecnológicos y competitivas a nivel global” (p. 38), sin embargo es imposible aprovechar dicha tecnologías debido a que los emprendedores no poseen acceso a las mismas o no tienen el conocimiento suficiente para utilizarlas



El desconocimiento de tecnologías en los emprendedores a nivel nacional resulta de especial interés conocer cuáles son las competencias digitales que posee el emprendedor guayaquileño, y a partir de ahí, recomendar medidas que permitan disminuir el analfabetismo o desconocimiento digital sobre las TIC'S para así lograr consolidar los emprendimientos y que se generen nuevas PYMES logrando aportación a la economía guayaquileña.

Además, el presente trabajo de investigación busca proporcionar información que será relevante a la comunidad emprendedora guayaquileña para identificar la deficiencia en las competencias digitales y recomendar capacitaciones en esas áreas.

Debido a que no se cuenta con suficientes estudios a nivel nacional sobre las competencias digitales que tiene el emprendedor, y cómo mejorarlas, el presente trabajo es de suma importancia para destacar un mayor conocimiento en las competencias digitales que contengan los emprendedores guayaquileños para que logren ser más competitivos y permanecer en el mercado.

Por otra parte, la investigación contribuye a esclarecer datos sobre cuan competente es el emprendedor guayaquileño en la era digital para contrastarlos con otros estudios similares y analizar sus variables según el tipo y tiempo del emprendimiento, género, la gestión de sus recursos.

## **Objetivos de la Investigación**

### ***Objetivo General***

Analizar la incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño mediante el Marco de Competencias digitales DigComp en la generación de nuevas PYMES.

### ***Objetivos Específicos***

Definir las bases teóricas acerca de los conocimientos digitales para el emprendedor y generación de nuevas PYMES.

Establecimiento del enfoque metodológico del estudio de la investigación del nivel de conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas PYMES.

Evidenciar las competencias digitales que afectan a los Emprendedores Guayaquileños en generación de nuevas PYMES.

### **Pregunta de investigación**

¿Cómo incide el conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas PYMES?

### **Limitación de la investigación**

En esta investigación se han manifestado varias barreras debido a los acontecimientos que está viviendo el mundo sobre el virus Covid-19 y sus variantes en el que Ecuador no es la excepción, por tal motivo al inicio de realizar dicha investigación algunos sectores de la economía estaban siendo afectados en especial los emprendimientos, sin importar la actividad a que se dedicaran, y aquellos negocios que lograron mantenerse o incluso aumentar clientela era porque contaban con el uso de TIC'S.

Del mismo modo, la investigación se limita a que no existe una fuente que detalle cuantos emprendedores existen en Ecuador y específicamente en la ciudad de Guayaquil. Adicionalmente, algunas bases de diferentes organismos no son de carácter público logrando una dificultad de acceso a la información. Finalmente, el tiempo con que se cuenta para la investigación es de un periodo muy corto y movido para la elaboración y concluir con la investigación.

### **Delimitación de la investigación**

El trabajo de investigación tiene como enfoque en contribuir a la identificación de los conocimientos digitales de los emprendedores en la ciudad de Guayaquil. Esto significa que se conocerá las competencias digitales a través de sus conocimientos, habilidades y actitudes,

tomando como referencia el Marco Europeo de Competencias Digitales para los ciudadanos (DigComp) en la que palpará que habilidades son prescindibles para ser competentes en entornos digitales.

Geográficos: Ciudad de Guayaquil

Sectorial: Emprendedores

## Capítulo 1. Revisión de la literatura

### Marco Referencial

Dentro del marco referencial se identifican estudios enfocados al conocimiento digital del emprendedor y como esto afecta en la creación de los modelos de negocio. Por esa razón, en el presente capítulo se describen artículos e investigaciones que aportan al presente desarrollo del estudio.

#### *Emprendedor digital elemento clave en el desarrollo de nuevas organizaciones*

El estudio de Escobar (2019), describe como el uso de las TIC's han creado grandes cambios a nivel social, cultural incluyendo empresarial, donde los negocios en la actual era digital se caracterizan por ser rápidos, eficientes y enfocados en el cliente. Por eso la investigación tiene por objetivo analizar el impacto del conocimiento de las tecnologías en el desarrollo de los negocios.

Para ello, la investigación metodológica se basa en un estudio de tipo descriptivo, tomando como referencia los datos del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña Industria de Monagas en Venezuela, y para ello se determina una población de estudio de 163 nuevos negocios, a los cuales se le aplico un levantamiento de información mediante en una encuesta.

Los resultados obtenidos describen como el 52% de los encuestados han incorporado soluciones de tecnología como computadores para la gestión de los negocios. Referente al uso de aplicaciones y softwares, el 68% utilizan al menos un sistema para la organización de las actividades. Con respecto al uso del internet, se encuentra que la mayoría lo utiliza para el envío de correos en un 45%, otro porcentaje para la búsqueda de información con un 30%, y en el uso de redes sociales como medios de difusión de la propuesta de negocio en un 23% (Escobar, 2019).

En conclusión, el trabajo define cual es el uso que dan los emprendedores a las TIC's dentro de sus negocios, identificando que en su mayoría, lo utilizan con fines operativos y comunicacionales más no estratégicos. Por esa razón, es necesario que los emprendedores, hoy en día tengan el conocimiento necesario para el uso de las tecnologías como herramientas estratégicas que les permita captar clientes y entablar nuevas relaciones de negocios.

### ***Pymes atravesadas por las Tecnologías de Información y Comunicación***

La investigación de Bruschini (2019), en el estudio titulado 'Las pequeñas empresas atravesadas e impactadas por la TIC', pone en relevancia como la cultura digital permite que la tecnología se utilice como medio de comunicación para con los clientes, el cual se ha desarrollado a través de diferentes plataformas de difusión, convirtiéndose en la actualidad en uno de los pilares esenciales de propagación de información para los nuevos modelos de negocios.

Por esa razón el objetivo general, es determinar el nivel de necesidad que tienen los emprendedores con respecto al conocimiento digital y como se refleja en el desenvolvimiento de los modelos de negocios en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Para ello, el estudio se enfoca en una investigación descriptiva utilizando la técnica de la encuesta a los emprendedores y micropymes para identificar las brechas existentes relacionadas al conocimiento digital, considerando una población de estudio de 10 negocios escogidas a conveniencia.

Los resultados determinan que el 80% de los encuestados indican que no tienen conocimientos actualizados sobre la difusión y comunicación de los negocios mediante el uso de los medios digitales. Por esa razón, el 10% contrata personal como apoyo estratégico en el uso de las TIC's contando de esa forma con asesoría requerida para la difusión del negocio. Por otra parte, de acuerdo al 70% de los encuestados, una de las razones por las que no se implementa campañas

digitales a través de redes sociales son por las limitaciones económicas a las que se enfrentan las pymes (Bruschini, 2019).

En conclusión, la investigación permite determinar que la comunicación digital es necesaria para transmitir y dar a conocer las pymes, porque mediante ellas: se pueden desarrollar estrategias de comunicación mediante redes sociales, interactuar y fidelizar a los clientes y posicionar la empresa obteniendo notoriedad en el mercado.

### ***Las tecnologías de información y comunicación en la gestión de las pymes del Ecuador***

El estudio de Quispe et al (2017), se enfoca en analizar como las pymes en el Ecuador han adaptado las tecnologías en sus actividades de negocios, con el fin de enfatizar como se utilizan como ventajas competitivas al alinear las tecnologías a las estrategias de negocios.

Para el desarrollo del estudio se considera las pymes ubicadas en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, que se dedican a las actividades económicas permitiendo así obtener una población de 637 registros de negocios de los cuales se determina una muestra aleatoria simple de 87 pymes para obtener información relacionada a:

Uso de las TIC´s

Disponibilidad de un sistema centralizado de datos

Requerimientos de información de una pyme

Los resultados obtenidos, exponen que la mayor proporción de pymes se dedican a las actividades comerciales con el 38.97%, seguido de la agricultura con el 14.67%. Dentro de los segmentos de comercialización se identifica un 92% de micropymes existentes en el mercado. Sobre el uso de las tecnologías, se identifica que el 91% de los negocios utilizan softwares de hojas de cálculo y editores de texto, seguido se encuentra el uso de correos electrónicos con el 90%, e

internet con el 80% y finalmente el 69% utiliza softwares para la organización de la empresa (Quispe, Padilla, Telot, & Nogueira, 2017).

La revisión a la investigación permite definir que es necesario el uso de las TIC's para la organización y gestión de información que se maneja internamente, en especial sobre los sistemas de información que permiten controlar componentes de negocios como: las ventas, inventario, cobros, contabilidad y compras, funciones necesarias para el correcto desarrollo de un modelo de negocio.

### ***El conocimiento de las TIC's y el marketing digital para el crecimiento y expansión de los negocios***

Basado en como las tecnologías se encuentran colaborando con los emprendedores para el desarrollo, crecimiento y expansión de los negocios a través del marketing digital, la investigación de Loayza et al (2020) tiene por objetivo determinar la percepción y el conocimiento de los emprendedores con respecto al uso del marketing digital para aumentar las ventas de los negocios.

La metodología de investigación se enfoca en 177 estudiantes pertenecientes a la Universidad Israel, basado en un estudio cuantitativo aplicando un conjunto de 10 preguntas con opciones múltiples dentro de las encuestas. El estudio en primera instancia filtra mediante preguntas específicas si los estudiantes son emprendedores con negocios en desarrollo, para así obtener un total de 61 emprendedores a encuestar.

Los resultados determinan que el 62.3% de los emprendedores conocen de marketing digital, y el otro 37.7% no. Por otra parte, sobre el uso de redes sociales para las publicaciones de productos y servicios, el 72.7% lo utiliza mediante facebook e instagram y un 12.1% utiliza el boca a boca. Y finalmente sobre el crecimiento de los negocios, el 57.6% indica que han percibido un mayor número de ventas, por el uso de los canales digitales.

En conclusión, el estudio pone énfasis en la necesidad de los emprendedores de tener un conocimiento digital como es el caso del uso del marketing digital para dar a conocer los productos y servicios de sus emprendimientos y además como las de redes sociales ejercen un impacto positivo en términos de ventas y crecimiento de los negocios.

### ***Las competencias digitales un recurso intangible en los negocios***

El conocimiento digital en los negocios es un recurso intangible que toda organización debe aplicar para sobrevivir en los actuales mercados del siglo XXI. Por eso el estudio, busca determinar el comportamiento digital de las personas dentro de una empresa en el desarrollo de las actividades de comercialización.

Para ello, se recolecto datos de una muestra aleatorio simple de 393, emprendedores y personas que gestionan organizaciones identificando que los emprendedores que realizan trabajos de forma autónoma solo el 16.92% ha digitalizado su negocio, determinando que un 11.97% de los emprendimientos no cuentan con sitios webs y el 90% comercializan sus productos haciendo uso de las redes sociales. Donde el 89.2%, indica que facebook es la red más utilizada para realizar publicidades y ofertas.

En conclusión, se puede determinar que las actuales acciones emprendedoras se centran en el uso de las rede sociales, donde facebook lleva la delantera para publicar de forma organiza o pagada los productos y servicios de los negocios. Pero si es necesario recalcar, que las competencias digitales de los emprendedores requieren un mayor conjunto de conocimientos como el uso de los sitios webs para desarrollar estrategias con mayor valor para los negocios.



## Marco Teórico

### *Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)*

“Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) representan uno de los principales factores en las tendencias dentro de las económicas en los países de Latinoamérica, dado que constituyen al menos el 85 % del tejido empresarial y generan alrededor del 50 % de los empleos” (López & Laiton, 2018, p.165).

En el Ecuador también se presenta la misma tendencia, las PYMES ecuatorianas desempeñan un papel esencial ya que son los responsables de la generación de miles de oportunidades laborales y son un elemento fundamental en la intensificación de la economía del país (Delgado & Chavez, 2018).

Es por esto, que podemos indicar que las PYMES son una de las bases de la economía de un país y el que impulsa a un desarrollo sostenible. Presentándose de diferentes maneras y dimensiones con la libertad de desarrollar cualquier tipo de actividad, ya sea de producción, prestación de servicios o comercialización, las cuales pueden tener dos enfoques: en el crecimiento natural económico o el de permanecer de los beneficios de ser pequeñas, manejables y con una estabilidad económica mayor.

Según Ron y Sacoto (2017), “Una PYME se define como un conjunto de pequeñas y grandes empresas que se miden de acuerdo con el volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos. Así también se toma como referencia el criterio económico y el nivel tecnológico” (p.120).

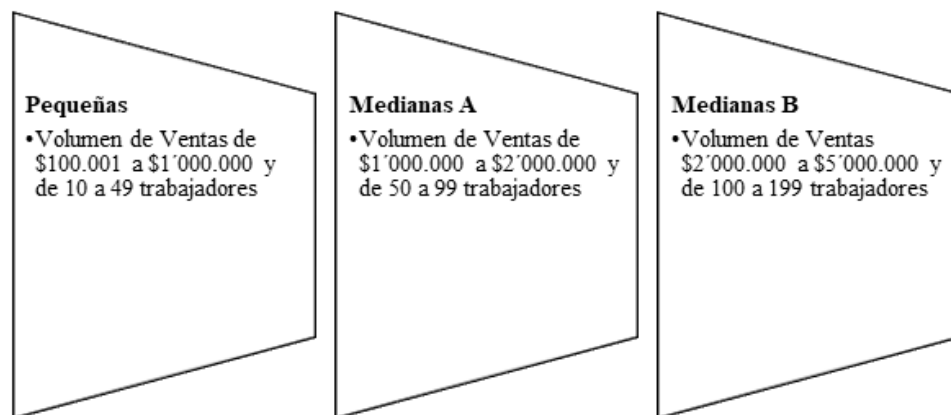
Además, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) (2018) sostiene que “Las pequeñas y medianas empresas son el motor del crecimiento y el desarrollo en todas las economías del mundo. Su papel en el progreso de las economías en desarrollo es

fundamental porque constituyen una buena oportunidad para el emprendimiento, el progreso y el autoempleo” (p.1).

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2021) en su informe anual el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) clasifica a las empresas del Ecuador según su volumen de ventas y número de trabajadores con información al 2020, en la Figura 1 se podrá visualizar los rangos para volumen de ventas y para número de trabajadores.

**Figura 6.**

*Variables de Clasificación de Empresas: Tamaño de Empresas*

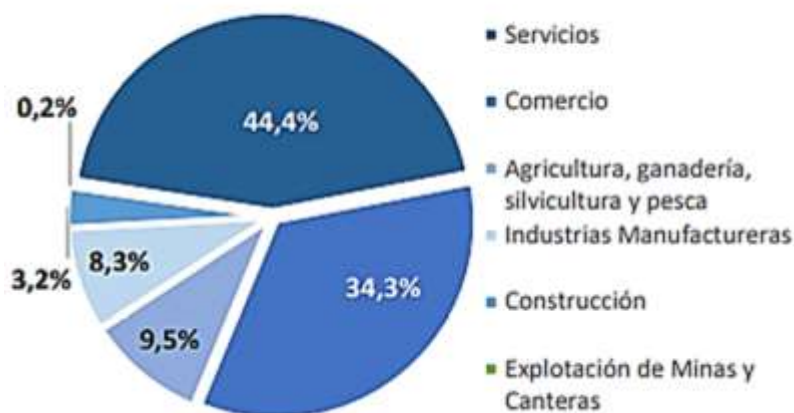


Nota: tipos de empresas. Adaptada de Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) del INEC, 2020.

De la misma forma, para el año 2020, según datos del INEC (2020) se registraron un total de 846.265 empresas, de las cuáles un 48,1 %, es decir 407.165 son pequeñas empresas, 329.941 corresponden a medianas empresas tipo A empresas, que representan el 39.0%, y con respecto a las medianas empresas tipo B con 78.712 representando el 9.3%. En lo que respecta al sector económico se observa en la Figura 2 que para el año 2020 las empresas se concentran en el sector de servicios y comercio, con el 44.4% y 34.3% respectivamente.

**Figura 7.**

*Participación de Empresas por Sectores Económicos en Ecuador*



Nota: Porcentaje de participación de empresas. Adaptado de Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) del INEC, 2020.

### ***Emprendimiento y tecnología***

La digitalización ha hecho posible conectar más de 8 mil millones de dispositivos en todo el mundo (Foro Económico Mundial, 2018) ha cambiado el valor y la gestión de la información, y ha comenzado a cambiar la naturaleza de las empresas, sus límites, procesos de trabajo y relaciones. En este sentido, la transformación digital se refiere a la adopción de un portafolio de tecnologías que, en diferentes grados, han sido utilizadas por la mayoría de las empresas: Internet, plataformas digitales, redes sociales, Inteligencia Artificial (IA), Machine Learning (ML) y Big Data.

Para la mayoría de las empresas de hoy, el uso de tecnologías como Internet es una necesidad y una fuente de ventaja competitiva. Según Porter (Porter, 2018) todo lo que hace la empresa implica algún tipo de tecnología, y esta base tecnológica sustenta su actividad y le permite producir bienes y servicios que se adecuan cada vez mejor a las necesidades del mercado y de sus

clientes, y por tanto, lo que les da una ventaja competitiva sobre sus competidores. Para sostener el proceso de digitalización del mundo empresarial, es fundamental desarrollar una base científica confiable para los siguientes temas: a) Identificación de funcionalidades para mejorar la gestión empresarial a través de la digitalización de sus principales áreas funcionales y procesos de negocio, permitiendo competitividad de crecimiento a través de un mayor enfoque en el cliente; b) reforma productiva flexible, optimización del diseño industrial de nuevos productos, máxima reducción posible del gasto energético y establecimiento de alianzas sociales; c) consolidación parsimoniosa de los métodos de transformación digital con la estrategia global de la compañía, en cuanto a los principales indicadores de negocio, toma de decisiones sobre la forma y dirección de la inversión, en un contexto específico (Dees, 2018)

La ausencia de una caracterización detallada del emprendimiento tecnológico dificulta determinar si todavía estamos dentro de los límites del concepto original. Baumol (2017), opta por una conceptualización amplia del emprendimiento tecnológico, sugiriendo que se trata de una combinación de emprendimiento e innovación de base tecnológica. Asimismo, Lowrey (2018) indica en un número especial sobre el emprendedor tecnológico Es un tipo de emprendimiento que busca explorar oportunidades relacionadas con los avances de la ciencia y la ingeniería. Un desafío inesperado a esta conceptualización se desarrolló a través del significado de "tecnología".

Baumol (2017) destaca que el emprendimiento tecnológico es una inversión en un proyecto que reúne y distribuye a personas especializadas y activas, intrínsecamente relacionadas con los avances en el conocimiento científico y tecnológico, con el objetivo de crear y capturar valor para una empresa.

Las tendencias tecnológicas innovadoras, como las soluciones móviles y las redes sociales, la computación en la nube y la analítica de datos, ofrecen un nuevo abanico de oportunidades para

los servicios y para las empresas de la economía del conocimiento. Estas tecnologías tienen el potencial de crear valor compartido, es decir, combinan estrategias de desarrollo empresarial y creación de valor para los accionistas con el valor generado para los clientes y la sociedad en general. En este contexto, el espíritu empresarial puede contribuir al desarrollo de nuevos negocios, ya sea que aprovechen nuevas oportunidades de mercado o exploren nuevos mercados o la introducción de innovación en el mercado.

Aunque la mayoría de las investigaciones sobre emprendimiento tecnológico comienzan con el estudio de nuevos participantes en las industrias de alta tecnología se ha prestado mucha atención a los esfuerzos de comercialización de tecnología de nuevas empresas, como las que surgen emprendimientos que son incentivadas por las sociedades universitarias. Como resultado, el fenómeno en estudio se caracterizó generalmente como una situación de impulso tecnológico, donde el emprendedor tenía la misión de encontrar una aplicación y crear un mercado para una tecnología nueva y compleja. Como comenta Baumol (2017) la digitalización de la “tecnología” no solo cambia sus propiedades, sino que también afecta el proceso general del emprendimiento tecnológico. Aparentemente, esto también tiene un gran impacto en los procesos comerciales en general. Para explorar posibles diferencias entre caracterizaciones alternativas, a continuación, se presentan formas potencialmente diferentes pero relacionadas de emprendimiento tecnológico. Más que buscar una caracterización exhaustiva.

Los emprendedores de tecnología digital construyen empresas basadas en tecnología, por un lado, y servicios, por otro. La extensión de la definición o Implica que este perfil de emprendedores no solo enfrenta los desafíos de la ingeniería o el desarrollo científico, sino también la compleja dinámica de las plataformas e infraestructuras digitales. Los emprendedores de tecnología digital no solo tienen un ecosistema de innovación como los emprendedores digitales.

Combinan estratégicamente el conocimiento del producto tecnológico ("impulso tecnológico") con el conocimiento del consumidor ("atracción de mercado").

Los emprendedores digitales generalmente no se preocupan por la tecnología específica detrás de su idea de negocio, simplemente se enfocan en el servicio que se basa en ella. Entonces, la tecnología aquí es solo un factor de entrada, mientras que el espíritu empresarial de la tecnología digital se trata de tecnología: sus productos son tecnología. En este estudio, el foco está en el emprendimiento digital.

Según García, Sánchez y Zerón (2018) la competitividad sostenible y el crecimiento de las pymes están cada vez más determinados por su capacidad para hacer uso de las tecnologías digitales y estas están generando oportunidades para el desarrollo de nuevas rutas de crecimiento basadas en la digitalización. Los autores mencionan que, para comprender cómo las pymes se acercan a la digitalización, es necesario ser conscientes de que forman parte de un universo heterogéneo de agentes económicos extremadamente diversos, cuyas características varían según el sector empresarial en el que operan. operan, los productos que producen y cómo se involucran y conectan con el contexto tecnológico digital. Según Baumol (2017) la progresión rápida y avanzada de las tecnologías digitales ha contribuido a cambios estructurales masivos en la economía mundial. En las últimas décadas, las tecnologías digitales han cambiado fundamentalmente empresas, estrategias comerciales, procesos, productos y servicios, transformando las formas tradicionales de hacer negocios. La cantidad de gerentes que se adaptan e interactúan con la tecnología digital en las empresas, incluidas las pymes, está creciendo rápidamente y estos desarrollos brindan grandes incentivos para explorar las condiciones que facilitan la transformación digital. En los niveles macro, el cambio hacia diferentes tecnologías se dirige hacia nuevos mecanismos de competencia, estructuras industriales, sistemas de trabajo y

relaciones emergentes. A nivel micro, la digitalización ha impactado en las dinámicas, procesos, rutinas y habilidades empresariales. En diferentes sectores e independientemente de tamaño de la empresa, están convirtiendo sus lugares de trabajo en lugares de trabajo digitales.

Según Baumol (2017) a medida que la tecnología evoluciona, existe una necesidad real de preparar mejor a los emprendedores para el mundo digital. El espíritu empresarial digital es un término que describe cómo cambiará el espíritu empresarial a medida que las empresas y la sociedad continúen siendo transformadas constantemente por la tecnología digital. El emprendimiento digital destaca los cambios en la práctica, la teoría y la educación emprendedoras.

El emprendimiento digital abre nuevas posibilidades para la formación de la próxima generación de emprendedores. La mejor forma de aprender a emprender es hacerlo y reflexionar sobre esa experiencia. El mundo digital no solo reduce las barreras para comenzar algo nuevo, sino que ofrece una variedad de caminos hacia el éxito.

Según Lowrey (2018) además de aprender nuevas habilidades prácticas, el emprendimiento digital también permite abordar nuevas formas de pensar sobre el emprendimiento en sí. El emprendimiento digital incluye todo lo nuevo y diferente sobre el emprendimiento en el mundo digital, que incluye:

- Nuevas formas de encontrar clientes para emprendimientos comerciales.
- Nuevas formas de diseñar y ofrecer productos y servicios.
- Nuevas formas de generar ingresos y reducir costos.
- Nuevas oportunidades de colaboración con plataformas y partners<sup>1</sup>.
- Nuevas fuentes de oportunidad, riesgo y ventaja competitiva.

---

<sup>1</sup> Persona que trabaja para una empresa y que no se la considera como trabajador si no como colaboradora o socio.

En simbiosis con el emprendimiento digital, hay una transición de una economía basada en la propiedad a una economía sustentada por el uso compartido. Si es cierto que esto parece constituir una ventana de oportunidad para los emprendedores, no es menos cierto que se presenta como un cambio significativo en relación a lo que hasta ahora ha sido de base cultural. entidad arraigada. Como tal, los gerentes de pymes deben ser proactivos y predictivos.

Según Lowrey (2018) la definición de emprendimiento no sigue un registro único, y es posible identificar diferentes aportes. Se hizo posible asociarlos con este tema, es decir, asociar la innovación con el proceso de creación de empresas, con la expresión organizacional del proyecto emprendedor, con la oportunidad y su exploración y con el comportamiento del emprendedor. El Emprendimiento Digital se asocia comúnmente con la creación de nuevos negocios utilizando tecnologías de la información.

Cardona (2020) afirma que la adaptación de las tecnologías digitales será un factor determinante para el crecimiento económico en los próximos años. Europa aspira a crear nuevas oportunidades comerciales mediante el desarrollo y el uso de nuevas tecnologías digitales, con el objetivo de fomentar el crecimiento económico y contribuir a la creación de empleo. Estas medidas también pueden facilitar drásticamente la entrada al mercado de empresas innovadoras, concretamente pymes.

Dado que las tecnologías juegan un papel estratégico en la mejora del escenario empresarial en Europa, se identificaron cinco pilares que influyen en el emprendimiento digital. Estos pilares imponen la intervención en cinco áreas

Pilar I - fortalecer la base de conocimientos digitales;

Pilar II - Crear un entorno favorable para el desarrollo de negocios digitales;

Pilar III - Facilitar el acceso a la financiación;



Pilar IV - Promover las habilidades digitales;

Pilar V - Reforzar una cultura emprendedora y digital;

Según Cardona (2020) el sector de las nuevas tecnologías puede contribuir a la creación de diez millones de nuevos puestos de trabajo, principalmente para jóvenes, solo en los países del G20, siendo fundamental la creación de ecosistemas emprendedores que favorecer el crecimiento y desarrollo de estos negocios apoyados en políticas públicas adecuadas. Alcanzar el objetivo de creación de empleo pasa por cumplir con tres factores fundamentales: (1) Fomentar la innovación abierta en el contexto global; (2) Globalización y acceso a nuevos talentos (factor humano); y (3) Papel fundamental de las grandes empresas y otros facilitadores en la aceleración del crecimiento empresarial, creando entornos favorables para el desarrollo de negocios digitales.

### ***Emprendedor***

El concepto de emprendimiento existe desde hace mucho tiempo y se ha utilizado con diferentes significados. Sin embargo, solo en los últimos tiempos se ha discutido más este concepto (Almodóvar, 2018). El tema del emprendimiento y el concepto de emprendedor han presentado distintas definiciones a lo largo del tiempo. A continuación, se presentan algunas de estas definiciones elaboradas por diferentes autores que demuestran la evolución de los conceptos a lo largo del tiempo:

Para Richard Cantillon, citado por Almodóvar (2018), un emprendedor es una persona que paga un determinado precio por un producto para venderlo a un precio incierto, tomando decisiones sobre cómo obtener y utilizar los recursos asumiendo riesgos comerciales.

De acuerdo a Adam Smith citado por Almodóvar (2018) los emprendedores son individuos que reaccionan a los cambios en las economías, funcionando como agentes económicos que transforman la demanda y la oferta.

Para Jean Baptiste Say citado por Almodóvar (2018) el emprendedor es el agente que transfiere recursos económicos de un sector donde la productividad es menor a un sector de mayor productividad y mayores rendimientos.

John Stuart Mill, citado por Almodóvar (2018) opinaba que el espíritu empresarial es la base de la empresa privada. Para el autor, un emprendedor es una persona que se arriesga y toma decisiones, que genera recursos limitados para poner en marcha nuevos negocios. Carl Menger citado por Almodóvar (2018) decía que el emprendedor es aquel que transforma los recursos en productos y servicios útiles, creando oportunidades para fomentar el crecimiento industrial.

Para Kirzner citado por Almodóvar (2018) los emprendedores equilibran el mercado, caracterizándolos como individuos que conocen las oportunidades comerciales rentables y utilizan la información que tienen para formarse juicios sobre el uso eficiente de los recursos.

De acuerdo con Carton, Hofer y Meeks, citado por Almodóvar (2018) el emprendedor es un individuo (o el equipo), que identifica la oportunidad, reúne los recursos necesarios, crea y es responsable del desempeño de la empresa. Por tanto, el emprendimiento es el medio por el cual se forman empresas con los puestos de trabajo resultantes y la creando bienestar.

El Centro de Emprendimiento de la Universidad de Miami define el espíritu empresarial como el proceso de identificar, desarrollar y capturar una idea para la vida (Cardona & Martínez Soto, 2020). Una visión puede ser una idea innovadora, una oportunidad o simplemente una mejor forma de hacer algo.

El resultado de este proceso es la creación de una nueva empresa, formada en condiciones de riesgo e incertidumbre considerable.

La evolución de estas definiciones conduce a una aproximación a la definición elaborada por Schumpeter (1934), citado por (Ülgen, 2019) y que hoy puede considerarse vigente. Este

economista y politólogo austriaco dice que el emprendedor es quien aplica una innovación en el contexto de los negocios. Es bastante interesante comprobar que la definición histórica de innovación, atribuida a Joseph Schumpeter, tiene el mismo significado que lo que hoy se entiende como emprendimiento.

Drucker (2017) afirma claramente que el emprendedor debe dotarse de herramientas de innovación. El escritor austriaco, conocido como el padre de la gestión moderna, afirma que la innovación es la herramienta específica de los emprendedores, el medio por el cual explotan el cambio como una oportunidad para un negocio o servicio diferente. Los emprendedores deben buscar fuentes de innovación, los cambios y sus síntomas indican oportunidades para el éxito de la innovación. Sin embargo, Dees (2018) indica que, para Drucker, iniciar un negocio no es necesariamente suficiente para que alguien se considere emprendedor. Ese autor afirma explícitamente que no todas las pequeñas empresas son emprendedoras o pueden presentarse como ejemplo de emprendimiento. Dees (2018) presenta un caso para probar su punto. Para el autor, una pareja que abre otra confitería u otro restaurante no puede considerarse innovadora. Según Drucker (2017) estas parejas no son emprendedores, ya que no estarían tomando riesgos importantes, no crearían necesidades ni nuevos consumidores, solo estaríamos ante un caso de “creación de una nueva empresa”.

Estas definiciones mostraron una evolución muy significativa y positiva, acercándose al concepto que actualmente recoge el mayor consenso en el mundo académico, según el cual el emprendimiento se identifica como la búsqueda de una oportunidad sin mirar quién controla los recursos (Chang, 2019). Actualmente, persisten los argumentos sobre si cualquier propietario de una empresa es un emprendedor o si solo es el propietario de negocios innovadores y orientados a los negocios.

Baumol (2017) describe no uno, sino dos tipos de emprendedores. Uno de los casos es aquel en el que el emprendedor empieza creando, luego organiza y dirige una nueva empresa, independientemente de si hay algo innovador en el acto o no. El otro tipo se refiere al emprendedor innovador común, alguien que transforma inventos o ideas en entidades económicamente viables, independientemente de si crea o no un negocio en el proceso.

Lowrey (2018) define al emprendedor como un agente económico en el que ambos tipos de “emprendedor Baumol” son significativos para el desempeño económico, aunque difieren profundamente en sus roles, influencias y el tipo de análisis que requieren. Uno de los individuos se enfoca en gestionar la supervivencia, la rutina y el status quo, mientras que el otro se enfoca en crear ventajas competitivas para la empresa, para el crecimiento y la dinámica. Lowrey (2018) define al emprendedor como un individuo con un profundo deseo de logro. De manera similar, McClellan (2019) distingue a los emprendedores por sus características, señalando que revelan una necesidad o motivación para lograr.

Si bien el espíritu empresarial como proceso está comenzando a ser cada vez más objeto de estudio o investigación, los estudios académicos suelen descuidar el papel del empresario en la teoría económica (Gutiérrez & Alberto, 2013). El emprendedor sigue estando al margen y no como un "jugador" central. A pesar de ello, existe una literatura muy variada y rica que se remonta al siglo XVIII

## *Modelos de emprendimiento*

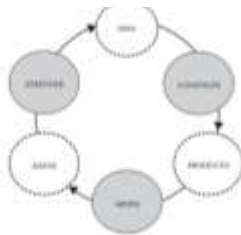
### **Star Up Business**

Dentro de los modelos de emprendimiento podemos destacar el método star up<sup>2</sup>. Según Llamas y Fernández (2018) este método consiste “en una metodología con gran auge en el medio emprendedor que posibilita implementar negocios evitando desperdiciar tiempo, recursos y esfuerzos inútiles” (p. 90). De esa manera se busca que el emprendedor pueda identificar un modelo de negocio rentable antes de crear una empresa, facilitando al emprendedor los datos necesarios que minimicen el miedo al fracaso que impide que muchos emprendedores conviertan sus ideas en negocios.

La metodología Startup se centra en un circuito de tres pasos que se deben recorrer en el menor tiempo posible y con mínima inversión. Se comienza por crear un producto, se miden los resultados, y se aprende.

#### **Figura 8.**

*Circuito Lean Startup.*



Adaptado de La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento por Llamas y Fernández (2018).

En síntesis, la razón de esta metodología es aprender en poco tiempo, invirtiendo los mínimos recursos. “Startup es una metodología dirigida a la puesta en marcha de

---

<sup>2</sup> El método lean start up es el sistema utilizado para pasar de proyecto a empresa poniendo el foco en las necesidades del cliente, contando con su retroalimentación para ir modificando el producto hasta desarrollar la versión final

ideas innovadoras, donde no se comienza creando una empresa, sino una Startup, entendida no como una empresa en pequeño, sino como “una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de incertidumbre extrema” (Llamas & Fernández, 2018, p.86).

### ***Factores que impulsan el emprendimiento***

Para los factores impulsores de emprendimiento podemos mencionar tres enfoques, financiamiento, servicio de apoyo y capacitación empresarial y marco regulatorio, a continuación, detallamos:

#### **Financiamiento**

Uno de los factores de mayor relevancia para medir el éxito o fracaso de un emprendimiento es el financiamiento. De acuerdo con Bustos (2017), “la disponibilidad de fuentes de financiamiento es un elemento central en el desarrollo de un efectivo ecosistema emprendedor” (p.13).

El poder contar con un acceso a una fuente de financiamiento, es una condición necesaria para la creación y sostenibilidad de un emprendimiento, así como parte para el desarrollo de nuevas ideas de negocio, debido a ello los emprendedores necesitan desarrollar habilidades de gestión que les permita una mejora en la comunicación con aquellas entidades que posean los recursos necesarios, y de esa forma dándose a notar la oportunidad de inversión crecientes por su idea de negocio.

#### **Servicio de apoyo y capacitación empresarial**

Según García, Sánchez y Zerón (2018) otro factor determinante para el desarrollo de un emprendedor se manifiesta a través del desarrollo de nuevos programas principalmente en los

rubros de capacitación y consultoría, con el propósito de incrementar los conocimientos tecnológicos y el nivel de internacionalización.

Por lo que el continuo desarrollo de programas de capacitación se vuelve algo esencial en la creación de empresas, ya que finalmente con el paso del tiempo el no estar capacitado lleva al deceso del emprendimiento por la falta de detección de oportunidades o por falta de ideas innovadoras.

### **Marco Regulatorio**

De acuerdo con García, Sánchez y Zerón (2018) “la decisión sobre el crecimiento de la empresa no puede ser entendida completamente si no se observan las condiciones contextuales o nacionales” (p.8). En consecuencia, los marcos en los que se rige un país están en constante interacción, por tanto, cualquier actividad emprendedora debe ser incluida dentro del contexto económico, sociocultural y legal de un país.

De este modo se indica que los esfuerzos de los gobiernos deben estar enfocados en impulsar la actividad empresarial, sostenible y con potencial de crecimiento. Además, se busca dar a notar que, en cada economía, en cada país o región las prioridades pueden variar en función de las circunstancias.

### ***Internet: Infraestructura de redes que conecta a un sin números de computadores.***

El internet en la actualidad es indispensable para la transcendencia o continuidad de un negocio, lograr cerrar negociaciones importantes o enviar documentos esenciales que requieran el giro del negocio, sin embargo, se debe conocer la definición de tan importante tecnología que ha permitido que los negocios puedan traspasar fronteras. Cabe mencionar que según el libro ¿Cómo funciona el internet? escrito por (Chávez, 2018) manifestó que:

El Internet será catalogada como la red de redes. Pero en el orden técnico representa un sistema global de información que está relacionado lógicamente por un único espacio de direcciones globales basado en el protocolo de Internet (IP), es capaz de soportar comunicaciones usando el conjunto de protocolos TCP/IP o sus extensiones u otros protocolos compatibles con IP, y emplea, provee, o hace accesible, privada o públicamente, servicios de alto nivel en capas de comunicaciones y otras infraestructuras relacionadas (p.6)

Esto quiere decir que el internet es una tecnología considerada como una infraestructura global de redes de computadores, que está complementado con las distintas redes de diferentes países del mundo, por lo cual cualquier persona o también conocido como usuario usando un ordenador podrá acceder a información de otro ordenador siempre y cuando teniendo los permisos respectivos, inclusive el usuario podrá tener comunicación directa con otros usuarios de otras computadoras.

Sin embargo, el internet y la web en los años 70 eran considerados totalmente diferentes, dado que el internet permitía la comunicación a través del uso de correo electrónico e inclusive manejar un ordenador de manera remota, pero con la evolución de las tecnología en los años 89 el creador de la We Sir Tim Berners – Lee en su página World Wide Web Foundation ( 2021) en el apartado Sobre Nosotros indica que: “La World Wide Web Foundation fue establecida en 2009 por el inventor de la web Sir Tim Berners-Lee y Rosemary Leith para promover la web abierta como un bien público y un derecho básico. Somos una organización internacional independiente que lucha por un mundo donde todos tengan acceso asequible y significativo a una web que mejore sus vidas y donde sus derechos estén protegidos”

Es por ello que con el tiempo la Web (www) ha ido asumiendo los servicios que ofrecía el internet y la reproducción de multimedia que no existía en internet, por lo que los usuarios no



sabrían cómo utilizar los protocolos de los años 70. Es por ello que la utilización del Internet proporciona ventajas para los negocios sin importar cuan pequeña o grande sea, siempre y cuando la utilicen de manera eficiente y se ajusten a las necesidades que se requiera como es la comunicación logrando que en cualquier zona geográfica se encuentre se puede comunicar.

### ***Redes sociales: herramienta digital.***

Las Redes sociales se han vuelto tendencia en el siglo XXI, dado que las personas se encuentran inmersas en los dispositivos móviles y cada vez menos es necesario encontrarse sentado frente a una computadora, esta es gracias al surgimiento internet y el avance de la tecnología. En consecuencia, de la tendencia tecnológica que se presenta y que las personas se encuentran usándolas los negocios se vieron en la necesidad de ir a la vanguardia de la tecnología para satisfacer la necesidad del cliente que cada vez son más exigentes.

### ***Tecnologías de la información y comunicación (TIC's)***

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) son herramientas electrónicas que en su conjunto son capaces de transmitir información, datos en una red y brindan información a la cual se puede acceder, transmitir, almacenar y modificar (Bernal & Rodriguez, 2019)

En la actualidad las TICs son vistas en diferentes mercados como lo son el de la educación, salud, turismo, adicional su uso se puede verificar en pequeñas o grandes empresas en la industria nacional e internacional, donde cumplen un papel fundamental en el acceso, respaldo y entrega de la información.

### ***Las TIC's y el crecimiento económico.***

Hoy en día, el cambio tecnológico y el alcance de las TIC's en los diferentes ámbitos han despertado el interés en diferentes autores y expertos los cuales a lo largo del tiempo

han tratado de comprender, analizar y explicar el impacto de la adopción de las TIC's en el crecimiento económico ya sea de empresas, industrias o economías del mundo.

Las TICs son una pieza clave para el desarrollo de la globalización en países desarrollados y en vías de desarrollo ya que permiten una mayor eficiencia en sus factores productivos, así lo determinan Bernal y Rodríguez (2019) donde identifican a las TIC's como “la tecnología esencial que permite sincronizar las actividades dispersas por el mundo, y que hace posible que varias plantas distribuidas por todo el planeta puedan trabajar en tiempo real como si cohabitaran en una misma ciudad” (p.4).

Según Bernal y Rodríguez (2019), en los últimos 15 años se ha incrementado el interés por parte de los organismos económicos, financieros y de cooperación internacional en la creación de políticas públicas que promuevan la difusión del uso de las TIC's en diferentes países debido a la gran incidencia que tienen sobre la competitividad y crecimiento económico.

Por el lado de las industrias, se ha demostrado que las TIC's impactan de forma directa en la estimulación de la producción industrial y en el crecimiento de las diversas ramas productivas a través de la generación de un mayor valor agregado en los diferentes procesos, permitiendo mejorar los niveles de productividad y competitividad en los sectores productivos.

Las TICs han facilitado las actividades clave de las empresas, independientemente del tamaño o tipo de sector económico al que pertenezcan. Bernal y Rodríguez (2019) indican que “las TIC's en general tienden a facilitar un reordenamiento de los procesos productivos, de logística y distribución, así como el control sobre las cadenas de comercialización, generando un mayor valor agregado sobre el producto final” (p.2).

***Internet: Infraestructura de redes que conecta a un sin números de computadores.***

El internet en la actualidad es indispensable para la transcendencia o continuidad de un negocio, lograr cerrar negociaciones importantes o enviar documentos esenciales que requieran el giro del negocio, sin embargo, se debe conocer la definición de tan importante tecnología que ha permitido que los negocios puedan traspasar fronteras. Cabe mencionar que según el libro *¿Cómo funciona el internet?* escrito por Chávez (2018) manifestó que:

El Internet será catalogada como la red de redes. Pero en el orden técnico representa un sistema global de información que está relacionado lógicamente por un único espacio de direcciones globales basado en el protocolo de Internet (IP), es capaz de soportar comunicaciones usando el conjunto de protocolos TCP/IP o sus extensiones u otros protocolos compatibles con IP, y emplea, provee, o hace accesible, privada o públicamente, servicios de alto nivel en capas de comunicaciones y otras infraestructuras relacionadas (p.6)

Esto quiere decir que el internet es una tecnología considerada como una infraestructura global de redes de computadores, que está complementado con las distintas redes de diferentes países del mundo, por lo cual cualquier persona o también conocido como usuario usando un ordenador podrá acceder a información de otro ordenador siempre y cuando teniendo los permisos respectivos, inclusive el usuario podrá tener comunicación directa con otros usuarios de otras computadoras.

Es por ello que con el tiempo la Web (www) ha ido asumiendo los servicios que ofrecía el internet y la reproducción de multimedia que no existía en internet, por lo que los usuarios no sabrían cómo utilizar los protocolos de los años 70. Por lo que la utilización del Internet proporciona ventajas para los negocios sin importar cuan pequeña o grande sea, siempre y cuando

la utilicen de manera eficiente y se ajusten a las necesidades que se requiera como es la comunicación logrando que en cualquier zona geográfica se encuentre se puede comunicar.

### ***Redes sociales: herramienta digital.***

Las Redes sociales se han vuelto tendencia en el siglo XXI, dado que las personas se encuentran inmersas en los dispositivos móviles y cada vez menos es necesario encontrarse sentado frente a una computadora, esta es gracias al surgimiento internet y el avance de la tecnología. En consecuencia, de la tendencia tecnológica que se presenta y que las personas se encuentran usándolas los negocios se vieron en la necesidad de ir a la vanguardia de la tecnología para satisfacer la necesidad del cliente que cada vez son más exigentes.

### ***Competencia Digital***

Los conceptos de competencia digital son abordados desde diferentes perspectivas como por ejemplo la alfabetización en Internet, alfabetización en información, alfabetización informática, alfabetización en TIC'S y fluidez digital. Como consecuencia que las definiciones divergen con un escenario complejo de definiciones y concepto es que (Ala-Mutka, 2011) definió la competencia digital para DigComp como una alfabetización emergente de otras alfabetizaciones, es decir que incluyen los tipos de alfabetización que se mencionó anteriormente.

Por lo que la competencia digital se refiere a la parte técnica que incluye software y programas con lo que le permite a la persona ser más competente. Es decir, ser capaz de transformar la información en conocimiento.

Según la guía del usuario del Marco Europeo de Competencias Digitales (Comisión Europea, 2020), dicho marco de Competencias Digitales está estructurado en dimensiones.

Las dimensiones describen el modelo de datos subyacente y organizan todos los elementos que muestran cómo se relacionan entre sí. Cada dimensión tiene sus especificidades que permiten

un uso flexible del marco para que pueda adaptarse a las necesidades y requisitos que surgen del contexto. El uso de dimensiones también permite una mejor interoperabilidad y comparabilidad entre varios marcos.

La dimensión 1 describe las áreas de competencia que componen la competencia digital. La dimensión 2 detalla los títulos de cada competencia y sus descriptores. La dimensión 3 se utiliza para describir los niveles de competencia de cada competencia. Las dimensiones 4 y 5 describen varios ejemplos relacionados con la dimensión 2. En el caso de la Dimensión 4, estos incluirían ejemplos de conocimientos, habilidades y actitudes relacionados con cada competencia, mientras que la Dimensión 5 proporciona ejemplos de la aplicación del marco para propósitos específicos. En el caso de DigComp, se proporcionan dos contextos, el de aprendizaje y el de empleo.

En DigComp, hay 5 áreas de competencia que describen los componentes clave de la competencia digital. Son los siguientes: Alfabetización en información y datos; Comunicación y colaboración; Creación de contenido digital; Seguridad; y resolución de problemas, las áreas de competencia 1, 2 y 3 tratan las competencias que se pueden rastrear en términos de actividades y usos específicos.

Las áreas de competencia 4 y 5 son transversales ya que se aplican a cualquier tipo de actividad realizada a través de medios digitales. Los elementos de resolución de problemas, en particular, están presentes en todas las áreas de competencia, pero se definió un área específica para resaltar la importancia de este aspecto para la apropiación de la tecnología y las prácticas digitales.

DigComp traza 4 niveles de competencia (básico, intermedio, avanzado, altamente especializado). Estos 4 niveles también se pueden desarrollar más en 8 niveles que ofrecen una descripción más detallada de los criterios. Cada una de las descripciones de los 8 niveles representa

un paso más por parte de los ciudadanos en tres dominios: a) la adquisición de conocimientos de la competencia; b) La complejidad de las tareas que pueden manejar; b) Su autonomía para completar la tarea

Cada descripción contiene conocimientos, habilidades y actitudes, descritos en un solo descriptor para cada nivel de cada competencia. Los niveles de competencia se inspiraron en la estructura y el vocabulario del Marco Europeo de Cualificaciones (EQF) y se redactaron como una combinación de resultados de aprendizaje, utilizando un verbo de acción por resultado de aprendizaje.

DigComp ha sido desarrollado con la contribución de un gran número de expertos y está avalado a nivel europeo. Estas características legitiman la adopción de DigComp para nuevas iniciativas de competencia digital por parte de organizaciones que operan en toda Europa, y son fuentes importantes de confianza para los responsables políticos y de toma de decisiones, que enfrentan otras opciones de marco de competencia digital. También contribuyen a aumentar la atención y el valor percibido de la competencia digital a los ojos de los educadores de toda Europa y, en última instancia, de los propios ciudadanos.

Al ser una noción nueva y relativamente compleja, la competencia digital se comprende y describe de muchas formas diferentes. Las partes interesadas subrayan que DigComp ha proporcionado un lenguaje y una terminología comunes para hablar y diseñar nuevos proyectos sobre competencia digital en todo tipo de áreas.

## Marco Legal

La legislación ecuatoriana se basa en la Constitución de la República del Ecuador como la Carta suprema que rige a los ecuatorianos, complementándose con las instituciones y GAD Municipales. Por lo cual, las leyes o resoluciones que rigen al Ecuador están estrechamente ligadas con los emprendimientos.

La Constitución de la Republica del Ecuador indica que en la sección segunda Art. 39:

El Estado garantizará los derechos de los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento (Constitución del Ecuador, 2008)

Los artículos muestran como los jóvenes son libres de generar asociaciones lícitas para cualquier actividad que genere inclusión y su derecho a la libertad de expresión y lograr desarrollar e impulsar las habilidades y capacidades a través del emprendimiento.

Acorde a la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, conocida también como SEMPLADES en conjunto al Plan Nacional Para El Buen Vivir tiene como eje fundamental la creación de estrategias conjuntas que permitan mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, respetando las distintas culturas y medio ambiente; promoviendo la igualdad, equidad y la solidaridad, permitiendo una mejor distribución de la riqueza nacional para cada sector del país.

Para el cambio para la matriz productiva se viene desarrollando y actualizando un programa desde el 2009, en donde se ejercen una cantidad significativas de políticas gubernamentales que permitan mejorar tanto la productividad real y las exportaciones del país, que permitan disminuir las tasas de pobreza y desempleo, crean un país más industrializado (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Adicionalmente, El Reglamento a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (Reglamento Ley de Emprendimiento, 2020.) fue emitido por el Gobierno de Lenin Moreno en el Decreto 1113 el 27 de julio de mismo año, en la que establece normas y disposiciones para aplicar la Ley. Los siguientes ejes esenciales de la Ley:

- a) Reestructuración de las empresas, por medio de la cual los emprendedores pueden crear acuerdos entre sus acreedores con respecto a sus deudas. (Reglamento Ley de Emprendimiento, 2020.)
- b) Creación de fuentes alternativas de financiamientos, que incluyen, capital semilla, capital de riesgo, e inversión ángel. (Reglamento Ley de Emprendimiento, 2020.)
- c) Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, que simplifica el proceso de empezar un negocio formal. A través de esta figura, se pueden constituir sociedades unipersonales sin capital mínimo. (Reglamento Ley de Emprendimiento, 2020.)
- d) Promoción de fondos de colaboración o crowdfunding para emprendimientos potenciales (Reglamento Ley de Emprendimiento, 2020)
- f) Contratos laborales más flexibles. (Reglamento Ley de Emprendimiento, 2020)



Cabe recalcar que, en Ecuador, si comienza una actividad económica bajo Persona Natural o Jurídica, independientemente de la región en donde inicia las relaciones comerciales, según el ente regulador Servicio de Rentas Internas y La Cámara de Comercio de Quito (2020)

***Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Manejo de Datos.***

**Art. 1.-** Objeto de la Ley. - Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas (Ley de Comercio Electrónico, 2002).

En el comercio electrónico no solo se compra y vende bienes y servicios sino también se protege la integridad del usuario, debido a que esto involucra datos de tarjetas para los pagos, mismos que deben ser protegidos para evitar estafas.

**Art. 49.-** Consentimiento para el uso de medios electrónicos.- De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si: a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y, b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa (Ley de Comercio Electrónico, 2002).

Para la venta utilizando el comercio electrónico se debe involucrar también, el compromiso por escrito una vez constatados todas las descripciones del producto o servicio, es decir tamaño, peso, color, y al aceptar el producto está comprometiéndose a no devolverlo, y más bien a calificar la atención y la satisfacción del mismo.

### ***Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.***

La Asamblea Nacional en la sesión del 18 de febrero del 2020 en conformidad con las atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Función Legislativa, aprobó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

**Art. 12.-**Registro Nacional de Emprendimientos. - Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1'000.000 USD, podrá constar en el Registro Nacional de Emprendimiento para beneficiarse de los servicios de esta Ley. Para esto el Ministerio de la Producción, previa la emisión de del RNE, requiera datos que correspondan al IESS y al SRI, así como a otras entidades vinculadas (Asamblea Nacional, 2020).

**Art 19.-** Dela formación en habilidades técnicas y blandas.-El Ministerio de Educación y la Senescyt, o quien haga sus veces, vigilarán que en los niveles de educación básica, Diseño de la Investigación 15 secundaria y tercer nivel, se establezcan mallas curriculares que incluyan contenidos y criterios de evaluación de la formación, orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor e innovador, desarrollo de competencias para el emprendimiento basadas en el crecimiento personal del estudiante, la responsabilidad ambiental y social, la ética empresarial, autoconfianza, toma de decisiones, toma de riesgos calculados, creación de valor, liderazgo, creatividad, resolución de conflictos y demás que fueran necesarias para formar al emprendedor (Asamblea Nacional, 2020).

**Art 44.-** Régimen especial de contratación de personal para emprendimientos.- Con el objetivo de incentivar la generación de empleo y la formalización del trabajo en los procesos de emprendimiento, el ente rector en materia de trabajo desarrollará la modalidad

o modalidades contractuales a implementarse en el trabajo emprendedor, en donde se incluirá la jornada parcial, así como el tiempo de duración de los contratos, pago de beneficios de ley, remuneración y su forma de cálculo y demás requisitos y condiciones que deberá cumplir el trabajador de acuerdo a las leyes pertinentes (Asamblea Nacional, 2020).

### ***Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones***

En el Libro II, Del Desarrollo de la Inversión Productiva y sus Instrumentos, Título I, Del fomento, promoción y regulación de las inversiones productivas, Capítulo III, De los derechos de los inversionistas, se estipula en sus literales: “a. La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables...” y en el literal c. “La libertad de importación y exportación de bienes y servicios...” (Codigo organico de la produccion, comercio e inversiones, COPCI, 2010)

En el Título II, Del Desarrollo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria en el artículo 22 se estipula medidas específicas para el establecimiento de políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, elaborando “programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de los personas, colectividades y la naturaleza” (Codigo organico de la produccion, comercio e inversiones, COPCI, 2010)

En el Libro III, Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas, Empresas y de la Democratización de la Producción, en el Título I, Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Capítulo I, Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en su artículo 53, define y clasifica las MIPYMES y en el Capítulo II, De los Órganos de Regulación de las MIPYMES en el artículo 54, encarga al Consejo Sectorial

de la Producción, la coordinación de las políticas para el fomento y desarrollo de las MIPYMES. (Codigo organico de la produccion, comercio e inversiones, COPCI, 2010)

En el Capítulo IV, Del Registro Único de MIPYMES y Simplificación de Trámites, en el art. 56, se establece la creación de una “base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción” en la que se registrará toda la información pertinente de las MIPYMES del país. (Codigo organico de la produccion, comercio e inversiones, COPCI, 2010).

## **Capítulo 2: Metodología**

La metodología se plantea para resolver la necesidad de información, mediante la obtención de datos relevantes relacionados al conocimiento digital de los emprendedores Guayaquileños y su impacto en los nuevos negocios y para ello el presente capítulo, permitirá definir el diseño, tipo, enfoque, método y técnica de investigación a utilizarse en el estudio.

### **Diseño de Investigación**

El diseño de investigación permite planificar las acciones que se realizaran en el estudio para la obtención de datos. Por esa razón, la presente investigación se estructura considerando el tipo de investigación descriptivo, considerando el enfoque cuantitativo mediante la técnica de la encuesta a los emprendedores de la ciudad de Guayaquil.

### **Tipo de Investigación**

Los tipos de investigación son los diferentes niveles de estudios que se pueden emplearse para realizar una investigación. Los tipos de investigación existentes son: el exploratorio, descriptivo, correlacional y experimental. En el presente, se escoge la investigación descriptiva como la herramienta principal para expandir el conocimiento mediante la caracterización de las características de las competencias digitales de los emprendedores.

La investigación descriptiva, según Hernández et al (2014) “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92). Por esa razón, el presente estudio hace uso de dicho tipo de investigación, porque busca determinar el peso estadístico de las dimensiones o factores que se relacionan con el conocimiento digital y nuevos negocios de los emprendedores Guayaquileños.

Se considera la investigación descriptiva como un estudio de segundo nivel porque busca medir estadísticamente los indicadores relacionados a las variables de estudios. En el caso, de la variable conocimiento digital establecido en el presente trabajo de investigación se busca conocer los siguientes factores:

- Alfabetización digital de los emprendedores
- Comunicación y colaboración haciendo uso de las TIC
- Creación de contenidos digitales
- Seguridad y resolución de problemas

Los factores mencionados permiten determinar en qué situación se encuentra el emprendedor actual y cuáles elementos son primordiales en el desarrollo de un nuevo negocio. Por lo tanto, ante lo mencionado, el presente estudio hará uso de la investigación descriptiva como base para las acciones de levantamiento de información a realizar.

### **Enfoque de Investigación**

El enfoque de investigación se relaciona directamente con el tipo de investigación escogido, describiendo así cual es la naturaleza de los datos que se deberán obtener de parte del investigador. Los enfoques de la investigación permiten obtener dos tipos de datos: los cualitativos y cuantitativos y en casos especiales se hace uso de un enfoque mixto para que los resultados se complementen entre sí.

Como la investigación es de carácter descriptivo, el enfoque de investigación a aplicar es el cuantitativo. Según la investigación de Otero (2018), el enfoque cuantitativo es “proceso de investigación que se concentra en las mediciones numéricas. Utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Este enfoque utiliza los análisis estadísticos” (p.5).

Por esa razón, el presente estudio busca obtener información numérica cuantificable para obtener datos fuera de sesgo, y así determinar magnitudes que puedan ser representadas estadísticamente. Los indicadores numéricos para la variable conocimiento digital son:

- % tipos de emprendimiento
- % de uso de motores de búsqueda
- % de identificación de una publicidad fraudulenta
- % uso de servicios en la nube
- % nivel de conocimientos en uso de aplicaciones de ofimática
- % de conocimientos de uso de estrategias digitales para la difusión de las pymes

### **Método de Investigación**

Los métodos de investigación permiten determinar la profundidad del estudio mediante la determinación de la perspectiva que el investigador abordará en el levantamiento de información. Los tipos de métodos existentes son los: deductivos, inductivos, históricos, explicativos y experimentales.

Como la presente investigación aborda, a los emprendedores en la ciudad de Guayaquil, el método escogido es el deductivo, de acuerdo con la investigación de Abreu (2014) el método deductivo:

Se ha asociado tradicionalmente con la investigación cuantitativa, y el razonamiento deductivo que comienza con las generalizaciones, tratando de ver si estas generalizaciones se aplican a casos específicos permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad.

Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas (p.200).

Por esa razón el método deductivo, aborda un amplio marco de investigación al considerar a los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, para así determinar cuál es el impacto de las TIC's dentro de los modelos de negocios. De esa forma los resultados obtenidos permitirán analizar resultados generales para determinar criterios específicos sobre el conocimiento digital de los emprendedores y como esto afecta a su negocio.

### **Alcance de la Investigación**

El alcance del estudio permite determinar que la presente investigación es de tipo descriptivo no correlacional o experimental que hace uso de datos numéricos. Con respecto a las limitaciones del tiempo, la investigación tiene un corte transversal para determinar la situación actual de los emprendedores y de las pymes, el cual se realizará en el periodo 2021-2022.

Sobre los estudios transversales, Rodríguez y Mendivelso (2018) aporta, indicando que:

Suelen incluir individuos con y sin la condición en un momento determinado (medición simultánea) y en este tipo de diseño, el investigador no realiza ningún tipo de intervención (interferencia). El investigador realiza una sola medición de la o las variables en cada individuo (p.142).

Por ello, la información a obtener en el estudio se sitúa temporalmente en el mes de enero del 2022, para determinar la situación actual sobre el conocimiento digital de los emprendedores y cómo influye en los negocios. Por lo consiguiente, la técnica de obtención de datos escogida se aplicará una sola vez a los encuestados.



## **Técnica de Recolección de Datos**

Las técnicas de investigación son los medios o herramientas que utilizará el investigador para recolectar los datos. Las técnicas con mayor uso son las entrevistas y encuestas y estas se relacionan con el tipo información que se requiera en el estudio. Como el proyecto busca obtener datos cuantificables a un número significativo de emprendedores en la ciudad de Guayaquil se realizará la encuesta.

La encuesta, según Lopez y Fachelli (2015) “se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (p.8).

La encuesta se selecciona en el trabajo de investigación porque busca obtener datos de un grupo representativo de emprendedores dentro de la ciudad de Guayaquil, por eso se busca desarrollar un formulario de preguntas que contengan preguntas diseñadas a partir de las variables de estudio: conocimiento digital y generación de nuevas pymes.

## **Diseño de las encuestas**

Para el diseño de la encuesta, se consideró el estudio de Contreras Et al (2019), titulado ‘Las Competencias digitales y validación de un instrumento para su validación’, el cual los investigadores desarrollaron y validaron una encuesta para determinar los conocimientos de los emprendedores en la ciudad de Bogotá Colombia, mediante las dimensiones de: Información, comunicación, creación de contenidos, seguridad y resolución de problemas.

A continuación, se describe el conjunto de preguntas planteadas en el estudio:

**Tabla 1.**

*Formato de preguntas parte A*

Información y datos						
N.	Preguntas					
1	IndiqueCuál es el nivel de conocimientos sobre el uso de herramientas digitales para búsqueda de información	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
2	Indique ¿Qué medio digital utiliza para búsquedas relacionadas a su modelo de negocios?	Sitios Web	Redes Sociales	Blogs	No utiliza ningún medio digital	Mozilla
3	Indique ¿Cuál es la plataforma de búsqueda de sitios webs que utiliza con mayor frecuencia?	Google	Edge	Opera	Mozilla	Safari
Dimensión Alfabetización digital						
N.	Preguntas					
4	Indique ¿Cuál es su nivel de conocimientos sobre el uso de softwares de edición de texto?	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
5	Indique ¿Cuál es su nivel de conocimientos sobre el uso de hojas de cálculo?	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
Dimensión Comunicación y Colaboración						
N.	Preguntas					
6	Indique ¿Cuál es su nivel de conocimientos sobre el uso de softwares para entablar comunicación remota para reuniones?	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
7	Indique ¿Qué aplicaciones utiliza para mantener una comunicación activa con las personas?	Whatsapp	Gmail	Telegram	Outlook	Zoom
Dimensión de creación de contenido digital						
N.	Preguntas					
8	Indique el nivel de conocimientos sobre el uso de softwares para la generación de contenido digital	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
9	Indique ¿Qué aplicación utiliza con mayor frecuencia para la generación de contenido digital?	Power Point	Photoshop	Illustrator	Inkscape,	Canva
10	Indique ¿Qué aplicación utiliza con mayor frecuencia para difundir el contenido digital?	Facebook	Instagram	Tik Tok	Youtube	No usa ninguno
Dimensión de seguridad						
N.	Preguntas					
11	Indique el nivel de conocimientos sobre los tipos de ataques informáticos que existen en el medio digital	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
12	Indique ¿Qué tipo de protección utiliza para resguardar sus cuentas y credenciales de acceso?	Uso de aplicaciones de antivirus	Claves largas	Claves alfanuméricas	No utiliza ningún método	

**Tabla 2.**

*Formato de encuestas Parte B*

<b>Dimensión de resolución de problema</b>						
N.	Preguntas					
13	Indique si está de acuerdo en que utiliza la tecnología como apoyo para resolver problemas de negocios	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
14	Indique si está de acuerdo que utiliza la tecnología para desarrollar soluciones innovadoras	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
<b>Dimensión datos generales del emprendimiento/negocio</b>						
N.	Preguntas					
15	Tiempo que lleva su emprendimiento	0-3 meses	3- 6 meses	6 meses -12 meses	13 meses a 24 meses (2 años)	25 meses a 36 meses (3er año)
16	Categoría del emprendimiento	Construcción	Manufactura	Gastronomía	Servicios de tecnología	Servicios profesionales (asesoría)
17	Tamaño del emprendimiento según el número de trabajadores	Sin empleados	1-5 empleados	6-10 empleados	11-19 empleados	20 + empleados
18	Inversión del emprendimiento	0-\$500	\$500-\$1000	\$1001-\$1500	\$1501-\$3000	\$3001-\$5000
<b>Barreras de transformación digital</b>						
N.	Preguntas					
19	Indique que barreras considera usted afectan al uso de las TICs en su emprendimiento	No lo considera prioritario	El costo de inversión es alto	Desconocimiento en el uso de las TICs en negocios	Resistencia al cambio	
<b>Dimensión de Producto</b>						
N.	Preguntas					
20	Indique el nivel de implementación de tecnología en el desarrollo de la propuesta del emprendimiento	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
21	Indique la relevancia del conocimiento digital en el desarrollo del producto	Muy irrelevante	Irrelevante	Indiferente	Relevante	Muy relevante
<b>Dimensión de Procesos</b>						
N.	Preguntas					
22	Indique el nivel de implementación de la tecnología en los procesos del negocio	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
23	Indique cual es el proceso de la cadena de valor que ha requerido un mayor uso de conocimiento digital en su negocio	Compras	Inventario	Ventas	Servicio al cliente	Marketing
<b>Dimensión de Plaza</b>						
N.	Preguntas					
24	El emprendimiento tiene un espacio físico o se maneja en el ecosistema digital	Si	No			
25	Considera necesario en la actualidad tener un espacio físico para el desarrollo de su negocio	Muy innecesario	Innecesario	Indiferente	Necesario	Muy necesario
<b>Dimensión de Promoción</b>						
N.	Preguntas					
26	Indique su nivel de conocimiento para el desarrollo de una estrategia digital para promocionar el emprendimiento	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
27	Indique Qué medio digital utiliza para dar información del negocio	Sitio web propio	Páginas web de terceros	Redes sociales	Aplicaciones móviles	Whatsapp
28	Indique Que red social utiliza con mayor frecuencia para dar a conocer su emprendimiento	Facebook	Instagram	Linkiden	YouTube	No usa ninguno
<b>Dimensión de ingresos económicos del emprendimiento</b>						
N.	Preguntas					
29	Indique Como ha sido el comportamiento de los ingresos al iniciar el emprendimiento	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
30	Indique Cual es el nivel de ingresos en la actualidad	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
31	Indique el promedio de ingresos del emprendimiento en la actualidad	0-\$500	\$500-\$1000	\$1001-\$1500	\$1501-\$3000	\$3001-\$5000

## Población

La población escogida para la encuesta se determina mediante la base de datos de programas aceleradores de emprendimientos pertenecientes a la ciudad de Guayaquil, los cuales se encargan de capacitar a los emprendedores para el desarrollo de sus modelos negocios basados en conocimientos como el digital.

A continuación, se describe la población de emprendedores a encuestar:

**Tabla 3.**

*Población de estudio*

Aceleradora	Población
Centro Municipal Huancavilca	23
Centro de Artes y Oficios Amazonas	51
Dirección de Acción Social y Educación	76
Centro de Formación Artesanal Oconnor	27
UCSG Emprende	38
Aceleradora de emprendimientos Épico	58
Total	273

## Muestra

El cálculo de la muestra considerando una población finita es de 160 emprendedores a encuestar, como lo indica la siguiente tabla:

**Tabla 4.**

*Cálculo de la muestra*

Población de Estudio (Emprendedores) N	Nivel de Confianza (95%)	Proporción Esperada (p)	q=1-p	Precisión(d)	Tamaño de la muestra
273	1.96	0.50	0.50	0.05	160

## Operacionalización de las variables

**Tabla 5.**

### *Operacionalización de las variables*

<b>Tema de investigación</b>	<b>VARIABLES de estudio</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores de variable</b>
<b>Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes.</b>	Variable independiente: Conocimiento digital del emprendedor	Son las competencias relacionadas al uso de las herramientas digitales que proveen las tecnologías de información para los emprendedores, los cuales van desde la obtención de información, la comunicación y la resolución de problemas.	información y datos	Nivel de conocimientos sobre búsquedas de información por internet Uso de medio digital Plataforma de búsqueda más utilizada
	Variable dependiente: Generación de nuevas pymes	Es la etapa en la que el emprendedor desarrolla una solución a un problema social cultural considerando aspectos como el desarrollo del producto, el proceso del negocio, la plaza y la promoción para generar los ingresos	Alfabetización digital  Comunicación y Colaboración  Creación de contenido digital  Seguridad  Resolución de problemas  Datos generales del negocio  Negocio  Producto  Procesos	Nivel de conocimientos sobre el uso de softwares para las hojas de cálculo Nivel de conocimientos sobre el uso de softwares para edición de texto Nivel de conocimientos sobre el uso de softwares para comunicarse Uso de softwares de correos Uso de softwares para la generación de contenido digital Uso de softwares para generar contenido digital Uso de redes sociales para publicar contenido Nivel de conocimientos sobre los tipos de ataques informáticos Tipo de protección utiliza para resguardas sus cuentas y credenciales de acceso Utiliza la tecnología como apoyo para resolver problemas de negocios Utiliza la tecnología para desarrollar soluciones innovadoras Tiempo que lleva su emprendimiento Categoría del emprendimiento Tamaño del emprendimiento Inversión del emprendimiento Indique que barreras afectan al uso de la tecnología en el negocio Nivel de implementación de tecnología Relevancia del uso del conocimiento digital en el negocio Nivel de implementación de la tecnología en los procesos del negocio

necesarios que permitan sostener la propuesta	Plaza	Proceso que ha requerido un mayor uso de conocimiento digital
	Promoción	El emprendimiento tiene un espacio físico o se maneja en el ecosistema digital Espacio físico para el desarrollo del negocio Indique el nivel de conocimiento para el desarrollo de una estrategia digital para promocionar el emprendimiento
	Economía	Qué medio digital utiliza para dar información del negocio Red social utiliza con mayor frecuencia para dar a conocer su emprendimiento) Comportamiento de los ingresos al iniciar el emprendimiento Nivel de ingresos en la actualidad

### Capítulo 3: Resultados

La encuesta distribuida a las 160 emprendedoras dentro de la ciudad de Guayaquil dio como resultado un total de 81 personas que respondieron las encuestas. De acuerdo con Vidal (2016) ciertos factores limitan las respuestas de las personas al contestar un cuestionario dando lugar a tasas de respuestas y de rechazo. En el caso del estudio realizado, se identifica una tasa de respuesta del 51%, sobre las encuestas online enviadas a los emprendedores.

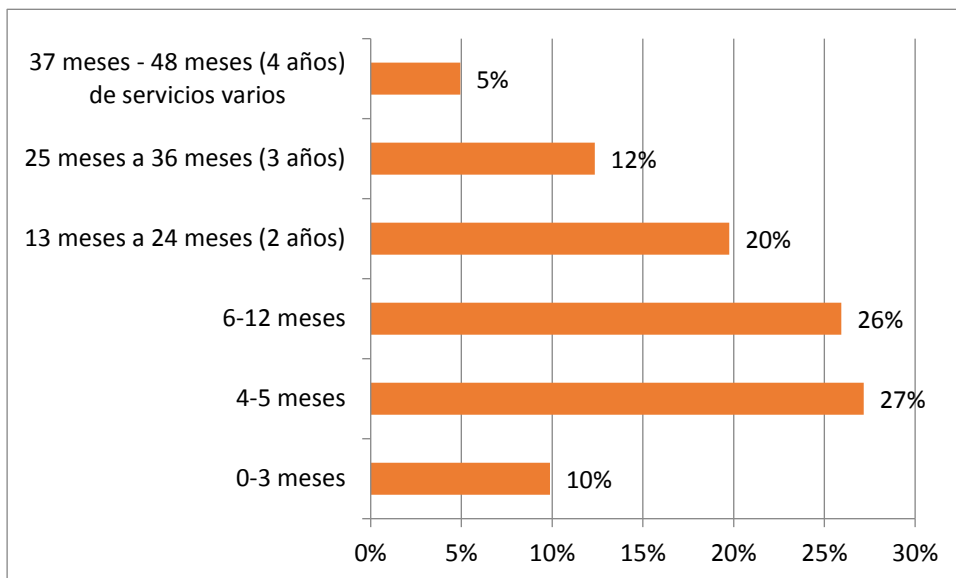
A continuación, se detallarán las respuestas obtenidas dentro de la encuesta:

#### Resultados de la encuesta

El tiempo de vida de los emprendimientos dentro del país duran menos de un año de operaciones, y eso lo corroboran los datos obtenidos, donde el 63% de encuestados indican que el tiempo de operaciones de sus negocios o proyectos duran desde el inicio de actividades hasta los 6 meses. Y solo el 17% tiene un periodo mayor a 2 años, tal como lo indica la siguiente figura:

**Figura 9.**

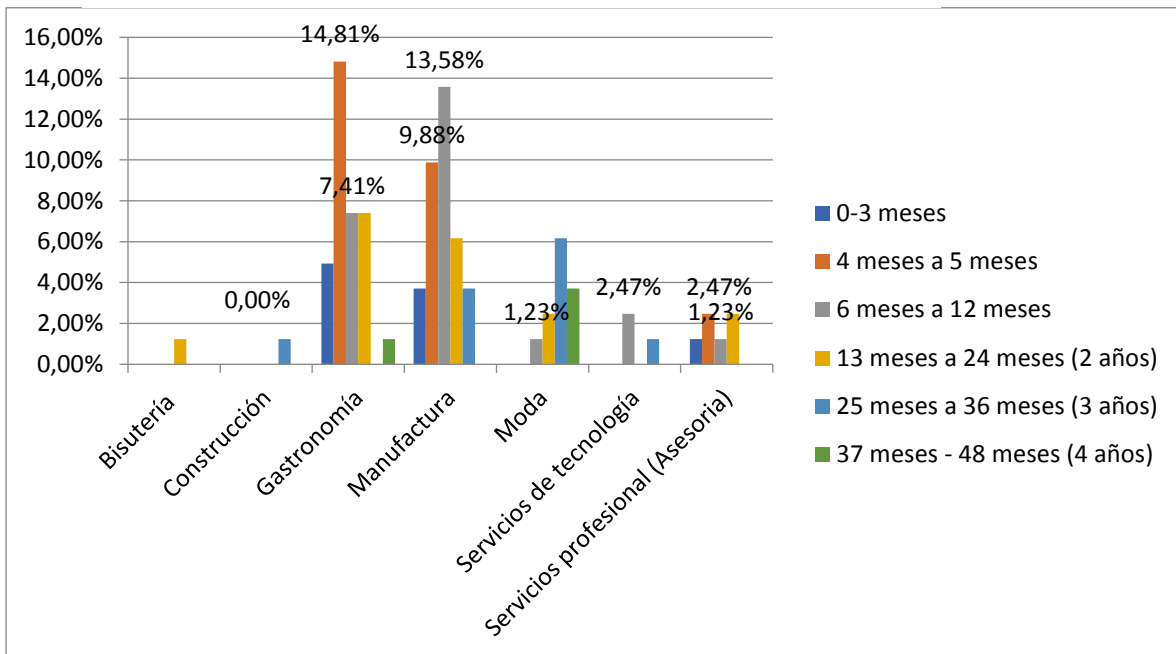
*Tiempo que lleva en el emprendimiento*



Si se relaciona el tiempo de vida de los emprendimientos con respecto a los tipos de negocios, se puede identificar que los emprendimientos de gastronomía, manufactura y asesoría duran hasta los 6 meses de actividades representando el 9.87% y por otra parte solo los negocios de moda y gastronomía superan los 3 años con el 4.93%.

**Figura 10.**

*Tipo de emprendimiento por tiempo de vida*



Por otra parte, el mayor porcentaje se encuentra los emprendimientos con el 25.93% que duran un promedio de 6 a 12 meses, donde el sector de manufactura tiene un porcentaje de 13.58%. En cambio, los emprendimientos que ofrecen servicios tecnológicos no presentan tiempos cortos de en su ciclo de vida, presenta un 1.23% de emprendimientos que tienen una duración de 3 años.

Por lo tanto, la mayoría de los emprendimientos, tienen una alta tasa de mortalidad dentro del primer año de actividades, por esa razón el estudio busca determinar de qué forma impacta la tecnología en la sobrevivencia de los nuevos emprendimientos.



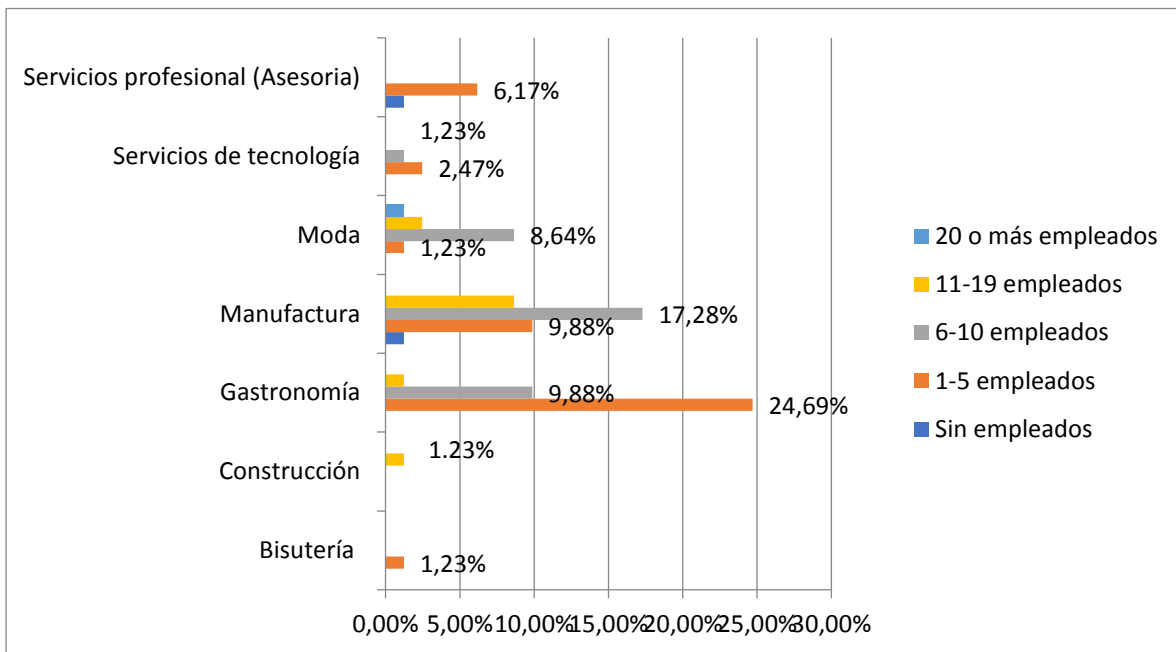
Sobre el tamaño de los emprendimientos determinado por el número de colaboradores, se identifica que la mayor parte está representada por un 45.68% de emprendimientos con 1 a 5 trabajadores, que apoyan en las actividades. Dentro del porcentaje identificado se encuentra el sector gastronómico con el 24.69%.

En cambio, sobre las empresas que no tienen ningún trabajador y solo el emprendedor realiza las actividades, se identifica al 2.43% de ellas dentro de los emprendedores encuestados. Los sectores que se caracterizan por encontrarse dentro de ese porcentaje son las actividades de asesoría profesional con el 1.23%.

A continuación, la siguiente figura describe el comportamiento del tamaño de los emprendimientos por tipos de clientes.

**Figura 11.**

*Tamaño por tipo de emprendimiento*



Otra forma de determinar el tamaño de los emprendimientos es mediante el valor del capital que se invierte, basado en dicho criterio se identifica con el 22.22% de emprendimientos que

empiezan sus actividades con un capital de \$500 a \$1,000 dólares, el cual dentro de dicho segmento se identifica a los negocios con 1 a 5 trabajadores.

Con respecto a los montos de inversión de \$3,001 a \$5,000 dólares, se identifica a los emprendimientos que cuentan con un número de 1 a 10 trabajadores representando el 20.99% de acuerdo con los emprendedores encuestados. Sobre los emprendimientos con capitales que superan los \$10,000 dólares de inversión, solo dentro de ese segmento se encuentra negocios con un número de 11 a 19 trabajadores.

Por lo tanto, los datos permiten determinar que la relación entre las inversiones de capital de los emprendimientos y el número de trabajadores es directa, es decir a mayor número de trabajadores se requiere una mayor inversión.

**Figura 12.**

*Capital por tamaño del emprendimiento*

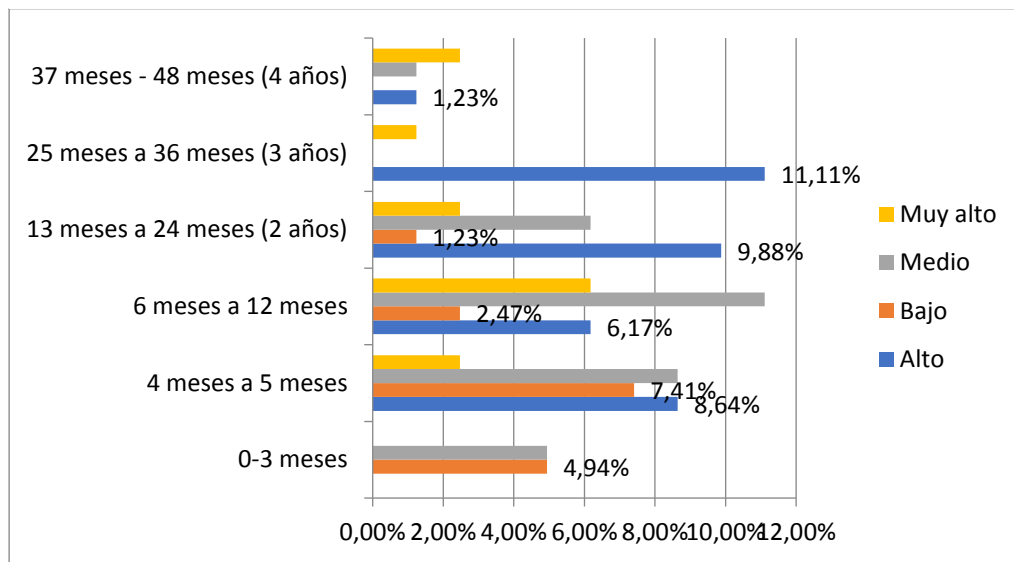


Los conocimientos digitales son uno de los factores importantes que determinan la sobrevivencia de los negocios, una de las capacidades identificadas en la investigación

bibliográfica es la de indagación y búsqueda a través de los medios digitales. A continuación, la siguiente figura describe el comportamiento de los tiempos de vida de los emprendimientos y cuál es el nivel de conocimientos sobre la capacidad de búsqueda de información:

**Figura 13.**

*Nivel de conocimiento de búsqueda de información por tiempo de vida del emprendimiento*



La figura 13, expone como los emprendimientos con mayor tiempo de vida tienen un alto conocimiento en búsqueda de información, con respecto a los datos obtenidos se identifica el 22.22%: de negocios que tienen un tiempo de operaciones que superan los dos años y sus emprendedores tienen un alto conocimiento sobre la búsqueda de información.

En cambio, sobre los negocios, que tienen un bajo nivel de conocimiento, se identifica un 14.82% de emprendimientos que no superan el año de actividades. Por lo tanto, es necesario que los emprendedores adopten conocimientos de investigación a través de los medios digitales con el fin de obtener conocimientos, relaciones de negocios u otros beneficios que provee el internet.

En cambio, sobre los negocios, que tienen un bajo nivel de conocimiento, se identifica un 14.82% de emprendimientos que no superan el año de actividades. Por lo consiguiente es

imprescindible que los emprendedores adopten conocimientos de investigación a través de los medios digitales con el fin de obtener conocimientos, relaciones de negocios u otros beneficios que provee el internet.

Parte de las acciones digitales de un emprendedor es utilizar las fuentes de información correctas para mantenerse informado en el contexto mundial, nacional y local. De acuerdo a ello, la siguiente tabla describe que medios digitales son utilizados de acuerdo a los niveles de conocimientos de los emprendedores:

**Tabla 6.**

*Nivel de conocimiento por herramientas digitales de búsqueda*

Opciones de respuesta	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Total
Blogs	0.00%	2.47%	3.70%	1.23%	7.41%
Redes sociales	12.35%	22.22%	23.46%	12.35%	70.37%
Sitio web	3.70%	7.41%	9.88%	1.23%	22.22%
Total	16.05%	32.10%	37.04%	14.81%	100.00%

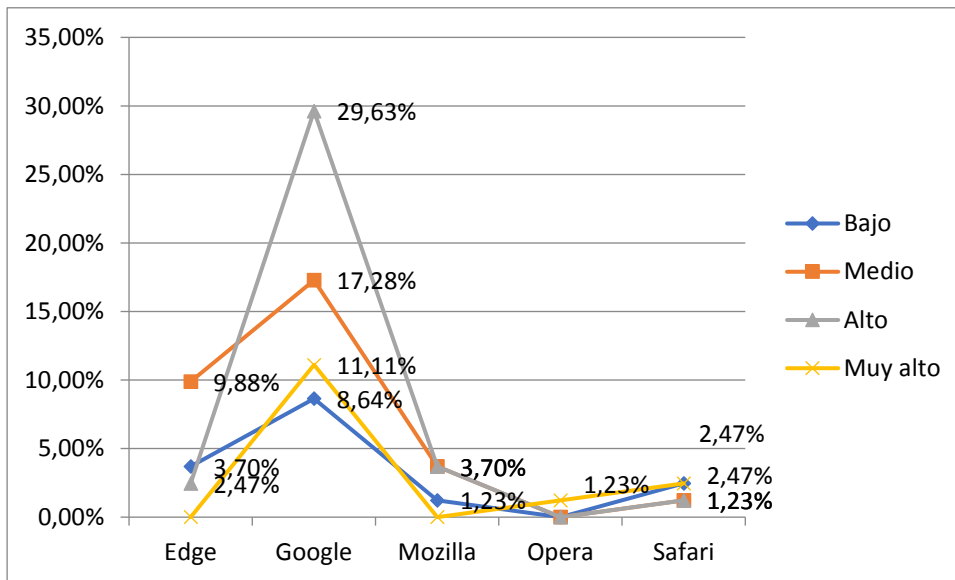
La tabla 6, describe como el 92.59% de emprendedores encuestados usan las redes sociales y sitios webs para la búsqueda de información, dentro de ese porcentaje se identifica un 33.34% de emprendedores que tienen un alto conocimiento sobre las búsquedas digitales. Por otra parte, se encuentran los emprendedores con un bajo conocimiento y que la mayor parte de las búsquedas la realizan mediante redes sociales.

Otro dato a destacar es que los emprendedores con niveles bajos de conocimiento de búsquedas no utilizan los blogs como fuente de información. Por eso es necesario, que los emprendedores deben aprender a utilizar todos los canales digitales como medios de búsqueda para obtener soluciones, propuestas o información de valor para el desarrollo del negocio.

Las plataformas de búsqueda, existen para obtener información mediante el uso de palabras claves, además proveen un conjunto de herramientas que permiten el trabajo digital de los emprendedores. Al respecto, la siguiente figura describe como es el uso de las plataformas de búsqueda según el nivel de conocimiento digital del emprendedor:

**Figura 14.**

*Nivel de conocimiento digital por uso de plataforma de búsqueda*



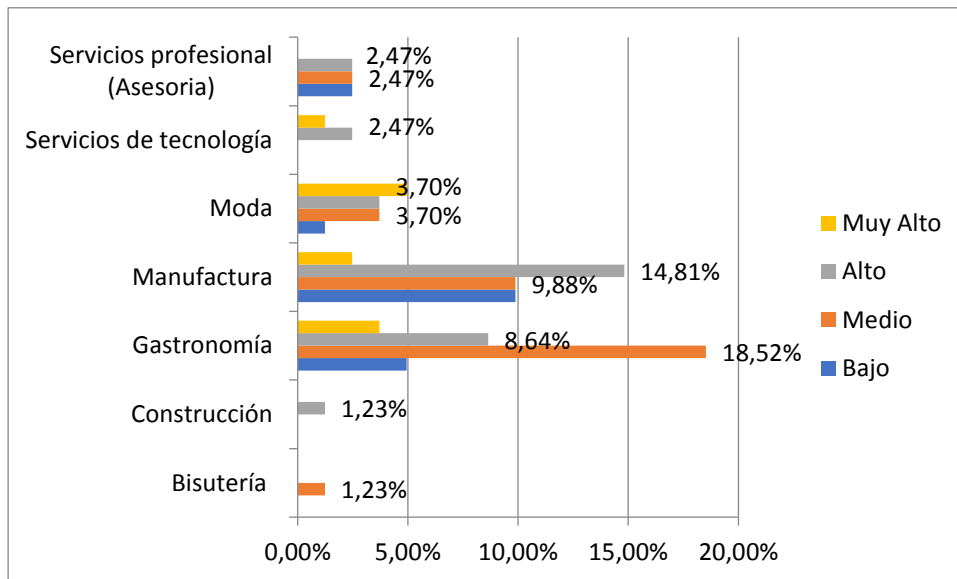
De acuerdo a la figura 14, se identifica que los emprendedores con conocimientos altos y muy altos representan el 46.91% de los emprendedores que utilizan Google como plataforma de búsqueda. También los de conocimiento medio con el 17.28%.

Con respecto a los niveles de conocimiento bajo con el 12.34%, se identifica que los emprendedores utilizan Google y Edge como herramientas de búsqueda. Sobre las plataformas de menos uso se identifica a Opera y Safari con el 3.7% de emprendedores que tienen un muy alto nivel de conocimiento.

Otro conocimiento que se destaca dentro de los emprendedores es el uso de las aplicaciones de software de ofimática donde se encuentran las aplicaciones de edición de texto (Word) y las hojas de cálculo (Excel). La siguiente tabla describe cuáles son las capacidades de uso del software de edición de texto, en relación a los tipos de emprendimientos que se identificaron en las encuestas:

**Figura 15.**

*Tipo de emprendimiento por conocimiento de uso de software de edición*



La figura 15, describe que los niveles de conocimientos sobre el uso de software de edición de texto son de nivel medio con el 35.80% de encuestados, dentro del porcentaje descrito se encuentran los emprendimientos de manufactura, bisutería, gastronomía, moda y servicios profesionales.

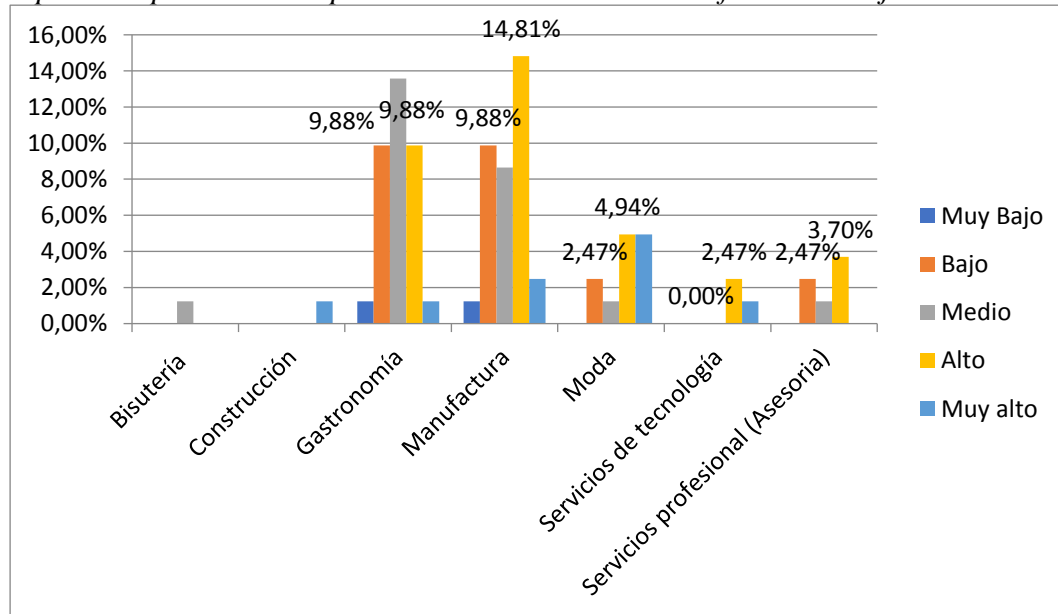
Sobre los niveles bajos de conocimientos se identifica a negocios de gastronomía, manufactura, moda y asesoría. Por lo tanto, aún existen emprendedores que requieren aumentar sus conocimientos en el uso de softwares de edición de texto, lo que permite la redacción de cartas,

contratos y todo elemento escrito que pueda servir de apoyo en las actividades administrativas del negocio.

La figura 16, expone los niveles de conocimiento de softwares de hojas de cálculo, el cuál sirve para los registros de datos cuantitativos al que se los puede representar estadísticamente. Sobre ello, la figura describe cual es la situación de los emprendedores en relación al nivel de conocimientos y los emprendimientos.

**Figura 16.**

*Tipo de emprendimiento por conocimiento de uso de software de hojas de cálculo*



Sobre los conocimientos de usos de hojas de cálculo, se identifica un 27.16% de emprendedores que tienen nivel bajo y muy bajo, los cuales pertenecen a los tipos de emprendimiento de gastronomía, manufactura y moda. Y sobre los altos y muy altos conocimientos, existe un 4.93% de emprendimientos que lo tienen, donde se relacionan a los negocios de tecnología y servicios profesionales.

Para identificar cuáles son las capacidades de los emprendedores, la siguiente tabla relaciona los niveles de conocimientos de softwares de edición de texto y de las hojas de cálculo, para identificar cuanto es el porcentaje de emprendedores que poseen ambas capacidades.

**Tabla 7.**

*Nivel de conocimientos digitales de edición de texto y hojas de cálculo*

Opciones de respuesta	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto	Total general
Muy Bajo	0.00%	6.17%	25.93%	3.70%	35.80%
Bajo	13.58%	11.11%	0.00%	0.00%	24.69%
Medio	3.70%	17.28%	4.94%	0.00%	25.93%
Alto	0.00%	0.00%	2.47%	8.64%	11.11%
Muy alto	1.23%	1.23%	0.00%	0.00%	2.47%
Total	18.52%	35.80%	33.33%	12.35%	100.00%

La tabla 7, permite identificar que no existen emprendedores con un muy alto nivel de conocimientos tanto del uso de aplicaciones de edición como de texto como de las hojas de cálculo. Por otra parte, solo el 2.47%, tienen un nivel alto en ambas capacidades.

Sobre el nivel medio de conocimientos, existe un 17.28% de emprendedores que saben utilizar de forma general los editores de texto y hojas de cálculo.

Cabe mencionar que el 60.49%, de emprendedores tiene un nivel bajo y muy bajo, en uso de aplicaciones y softwares como es el de word y excel. Por lo tanto, la necesidad de conocimiento sobre aplicaciones de informática es necesario en el desarrollo de los talentos de los emprendedores para liderar sus proyectos o negocios.

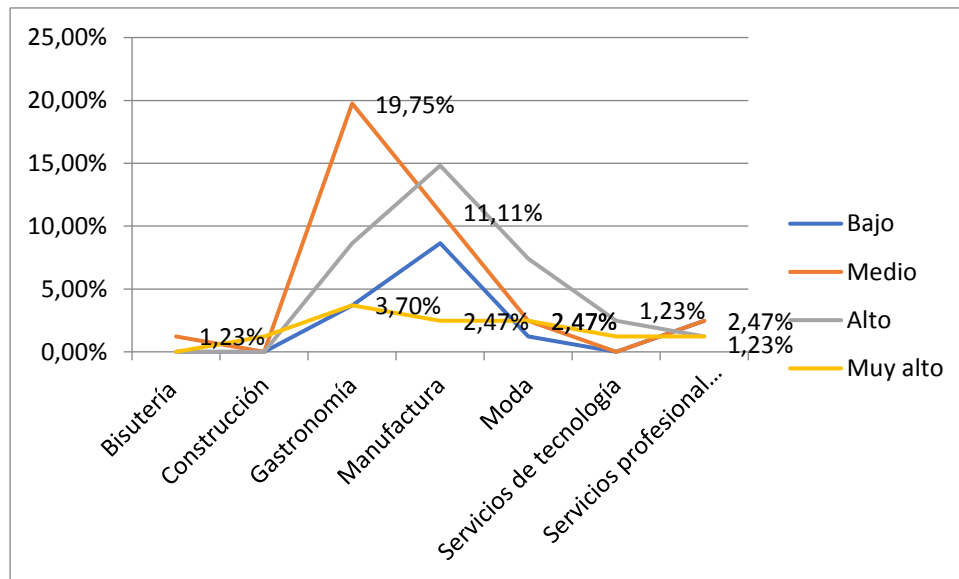
Otro aspecto importante para considerar es el uso de herramientas digitales de comunicación las cuales permiten mantener conexión remota entre las personas, aspectos relevantes en las actuales necesidades de tiempo y espacio de las personas.



A continuación, la siguiente figura describe las capacidades de softwares de comunicación remota y los tipos de emprendimientos identificados:

**Figura 17.**

*Nivel de conocimiento de software de comunicación remota por tipo de emprendimiento*



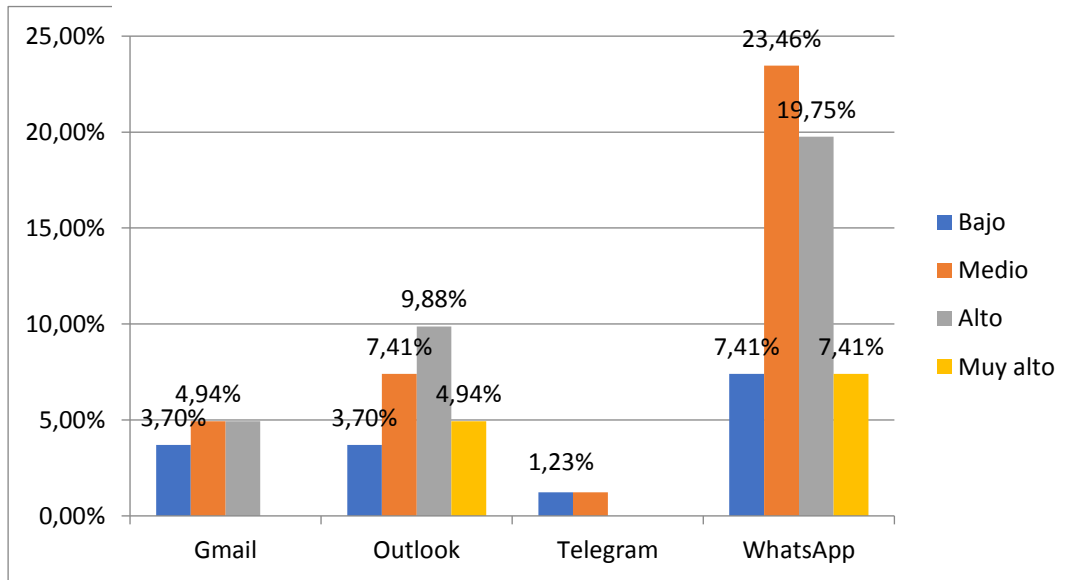
La figura 17, describe como el 71.61% de los encuestados tienen un nivel medio y alto sobre el uso de las herramientas digitales de comunicación remota dentro de dicho segmento los tipos de emprendimientos de bisutería y construcción tienen un 0% de representación. Con respecto a los niveles bajos, se identifica un 16.05%, en el que se encuentran los emprendimientos de gastronomía, manufactura y moda.

La figura 18, expresa como la mayor proporción de encuestados tienen un 71.61%, de conocimientos medio y alto en el cual, los emprendedores indican que utilizan herramientas de mensajería como Gmail, Outlook, Telegram y Whatsapp.

Por otra parte, los porcentajes más bajos de uso de softwares de mensajería se encuentran con el 2.46% correspondiente a Telegram. Y con respecto a la aplicación de mayor uso se encuentra Outlook con el 25.93% y Gmail con el 13.58%.

**Figura 18.**

*Aplicaciones de mensajerías y nivel de conocimientos*



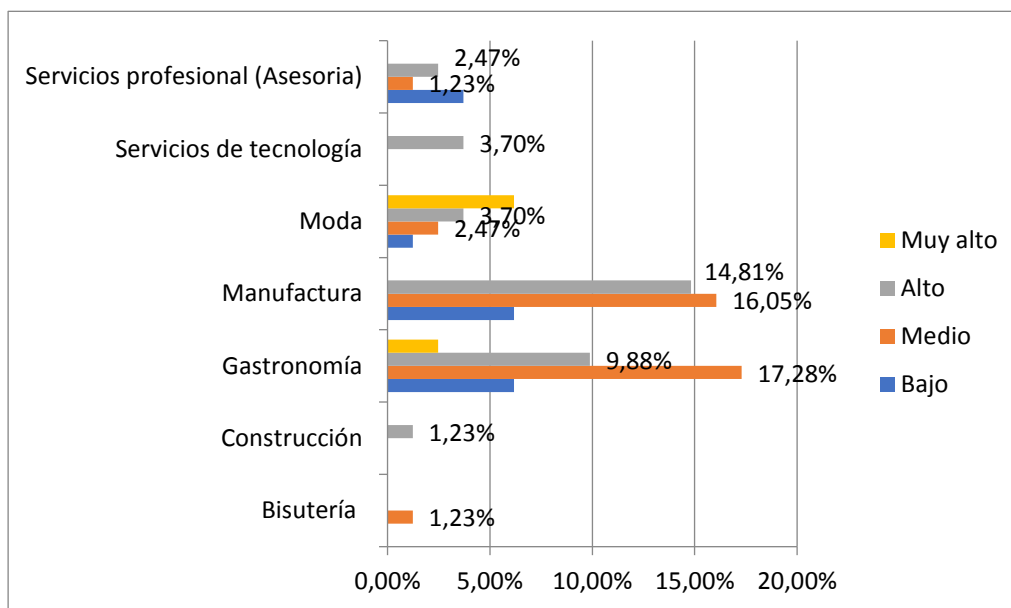
Sobre el uso de la herramienta de whatsapp, todos los emprendedores desde los niveles bajos a muy altos la utilizan en donde tienen una mayor proporción el nivel medio con el 23.46% y alto con el 19.75%.

Además de la importancia que tiene la comunicación y el uso de las herramientas digitales para mensajería y de comunicación remota activa, se puede identificar que en los actuales contextos de pandemia la mayor parte de emprendedores tiene un alto conocimiento.

Otra capacidad relevante que todo emprendedor debe tener es la de generar contenido mediante las herramientas de software. Al respecto, la siguiente figura describe el nivel de conocimiento sobre la generación de contenido de acuerdo a los tipos de emprendimientos identificados.

**Figura 19.**

*Tipo de emprendimiento por nivel de conocimiento de softwares de generación de contenidos*



Sobre los conocimientos de uso de softwares de generación de contenidos, se identifica que los emprendedores encuestados cuentan con un nivel medio de conocimientos con el 38.27%, donde se identifica la gastronomía y manufactura como los emprendimientos con mayor uso de dichas aplicaciones

Con respecto, al uso de las aplicaciones de generación de contenidos, la siguiente tabla relaciona algunas aplicaciones de diseño con base al nivel de conocimientos del emprendedor.

**Tabla 8.**

*Nivel de conocimiento de softwares de generación de contenidos y uso de la aplicación.*

Opciones de respuesta	Canvas	Ilustrator	Inkscape	Photoshop	Power Point	Total
Bajo	2.47%	2.47%	1.23%	4.94%	6.17%	17.28%
Medio	4.94%	8.64%	0.00%	11.11%	13.58%	38.27%
Alto	17.28%	2.47%	0.00%	8.64%	7.41%	35.80%
Muy alto	1.23%	1.23%	0.00%	6.17%	0.00%	8.64%
Total	25.93%	14.81%	1.23%	30.86%	27.16%	100.00%

Los datos expuestos en la tabla 8, indican que el 38.27% de encuestados poseen un nivel medio de conocimientos el cual el uso de la herramienta photoshop es la más utilizada con el 30.86%

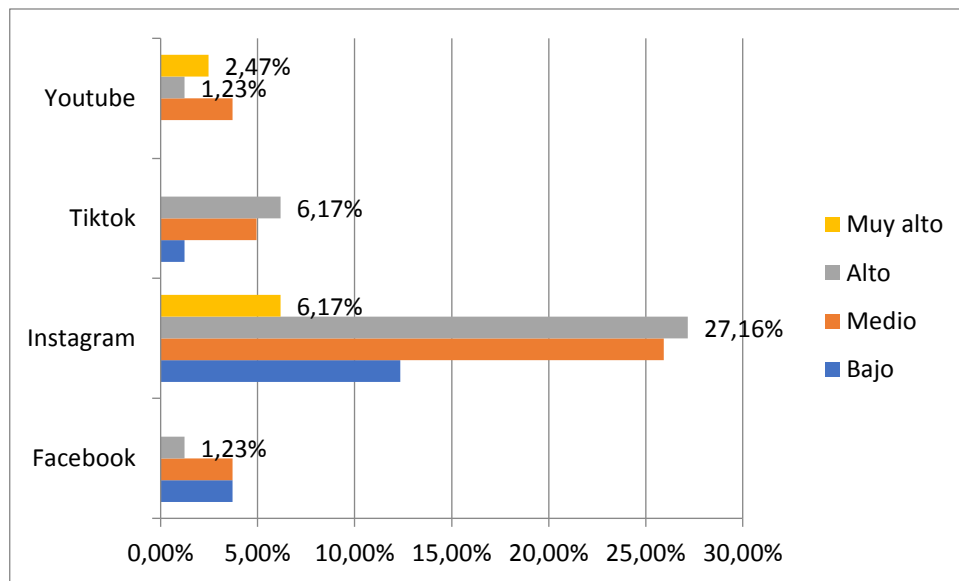
Sobre las herramientas de uso moderado se identifica a power point 27.16% y canvas 25.93% con las de mayor uso después de photoshop y sobre las de menor uso se encuentra Inkscape con el 1.23%.

Luego de la generación de contenidos mediante el uso de las herramientas de software, es necesario conocer que plataformas utilizan los actuales emprendedores para publicar y distribuir contenido referente a los negocios.

La siguiente figura describe que plataformas de difusión utilizan los emprendedores:

**Figura 20.**

*Uso de plataforma de difusión por nivel de conocimiento de generación de contenidos*



De acuerdo con la figura 20, se identifica que la plataforma de distribución de contenidos más utilizados es Instagram con el 71.60% de emprendedores del cual el porcentaje más alto de

emprendedores son los que tienen un alto conocimiento de generación de contenidos. Por otra parte, Tik Tok y Facebook, cuentan con el 20.99%.

Instagram al igual que Facebook y Tik Tok, se han convertido en las plataformas de mayor acogida por los emprendedores para dar a conocer sus proyectos de emprendimientos o negocios. Con respecto a YouTube el 7.41%, de los encuestados utilizan la plataforma, esto es porque los contenidos requieren de un mayor nivel de conocimientos sobre producción audiovisual, por esa razón el 3.7% de los encuestados que tienen alto y muy alto conocimiento lo utilizan a través de reproducciones de video.

Como otro aspecto a considerar, es necesario que los emprendedores conozcan sobre las vulnerabilidades de información que pueden perjudicar los emprendimientos tal es el caso de los ataques informáticos pues puede proveer datos como cuentas de clientes, ingresos monetarios y accesos a mecanismos que puedan perjudicar al negocio no solo operativamente sino monetariamente.

A continuación, la siguiente tabla, describe los ataques informáticos y su relación con el tamaño de los emprendimientos:

**Tabla 9.**

*Conocimiento de ataques informáticos y tamaño de emprendimiento*

Opciones de respuesta	Sin empleados	1-5 empleados	6-10 empleados	11-19 empleados	20 o más empleados	Total
Bajo	2.47%	12.35%	1.23%	1.23%	0.00%	17.28%
Medio	0.00%	19.75%	12.35%	2.47%	0.00%	34.57%
Alto	0.00%	11.11%	17.28%	6.17%	1.23%	35.80%
Muy Alto	0.00%	2.47%	6.17%	3.70%	0.00%	12.35%
Total	2.47%	45.68%	37.04%	13.58%	1.23%	100.00%

La tabla 9, permite identificar que el 48.15% de los encuestados tienen un conocimiento alto y muy alto, sobre los tipos de vulneraciones a la información que se pueden presentar en el

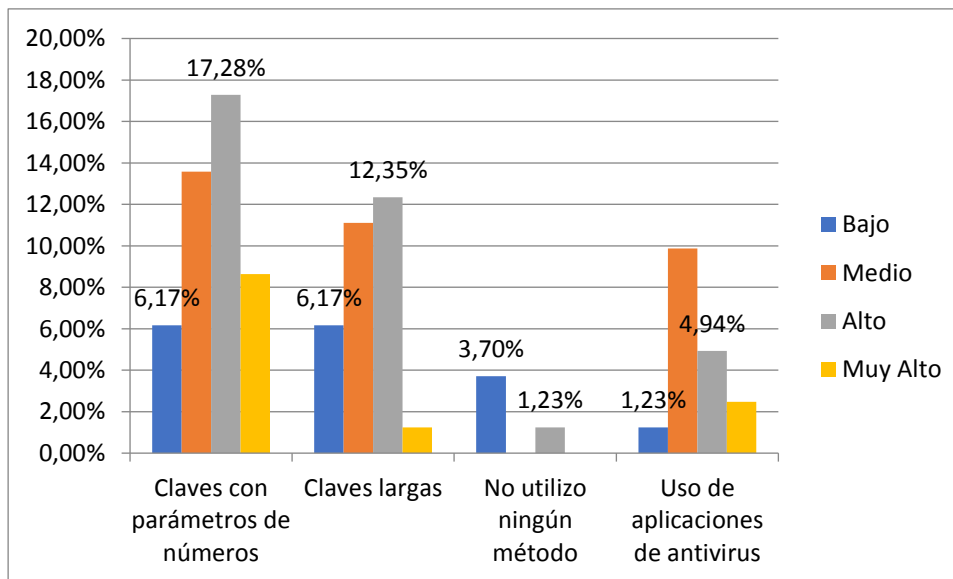
uso de las herramientas digitales, dentro de ese porcentaje se identifica que el 24.68% de emprendimientos cuentan con un número de empleados que superan los 11 empleados dentro de los emprendimientos.

Por otra parte, se encuentra que el 17.28% de emprendedores tienen un bajo nivel de conocimiento, donde el 14.82% son emprendimientos que son menores a 5 trabajadores. Por lo tanto, los emprendedores tienen la noción que mientras más trabajadores tengan, mayor debe ser la protección de datos.

Además del conocimiento de ataques informáticos, de parte del emprendedor es necesario que se realicen acciones de protección de credenciales de usuarios dentro de sus aplicaciones. Por esa razón, la siguiente figura, describe los diferentes métodos que se pueden aplicar para la protección de claves y contraseñas:

**Figura 21.**

*Conocimiento de ataques informático por formas de proteger datos*



De acuerdo a la figura 21, el 45.68% de los emprendedores encuestados, aplican claves con parámetros de números con el objetivo de aumentar el nivel de dificultad de los accesos personales,

dentro del porcentaje mencionado se identifica que el 17.28%, de emprendedores cuentan con un alto nivel de conocimiento en temas de protección de datos digitales.

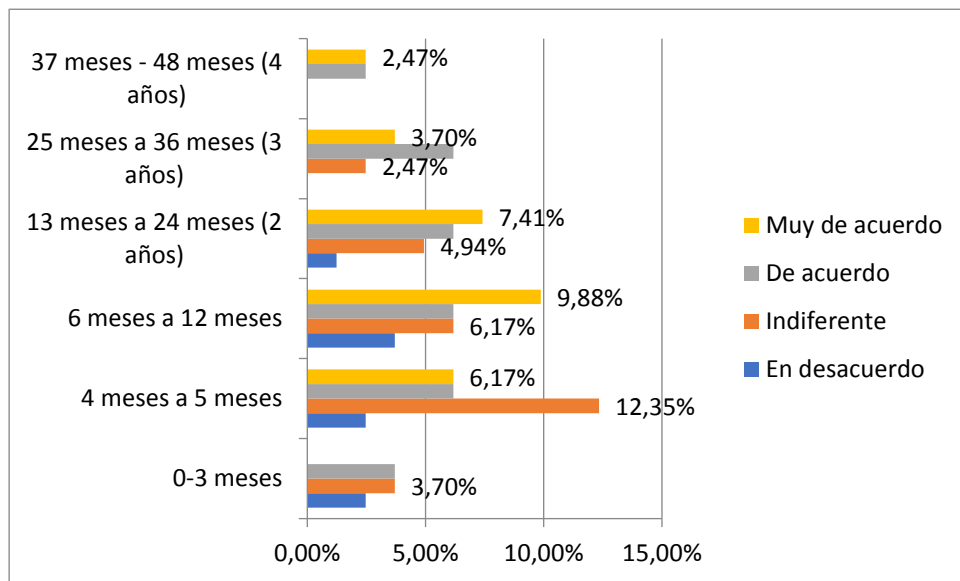
Otro porcentaje, con el 30.86%, indica que los emprendedores utilizan claves largas como método de protección, donde el 17.28% tienen un nivel de conocimiento medio y bajo. Y solo el 4.94%, de los encuestados no aplican ningún método de protección.

Luego de analizar los aspectos relacionados al uso de aplicaciones de ofimática, generadores de contenido, comunicación y de seguridad. Es relevante analizar, cuál es el nivel de integración de la tecnología en las actividades emprendedoras de las personas encuestadas.

La siguiente figura describe cuál es el criterio de los emprendedores con respecto al uso de la tecnología para resolver problemas:

**Figura 22.**

*Uso de tecnología para resolver problemas por tiempo de vida del emprendimiento*



La figura 22, indica que los porcentajes entre los criterios ‘de acuerdo’, ‘indiferente’, y ‘en desacuerdo’, no tienen una diferencia significativa porque tienen los resultados 30.86%, 29.63% y

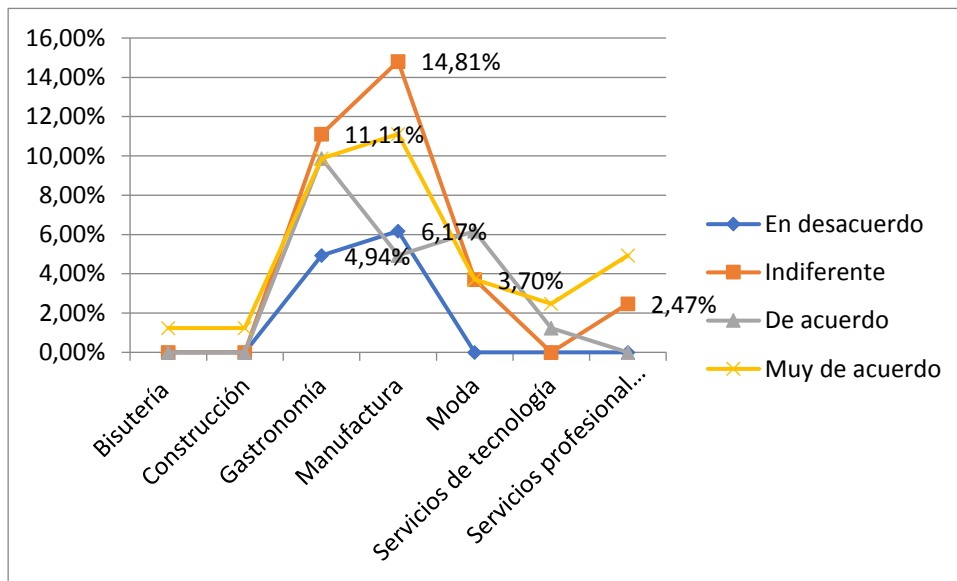
9.88% respectivamente. Pero la tendencia de los datos indica que el 39.51% de encuestados no están de acuerdo y muestran indiferencia.

Sobre los criterios de indiferencia se puede identificar que el tiempo de vida de los emprendimientos son menores a un año con el 22.22%. Por lo que, el impacto del uso de tecnología se percibe en la capacidad resolutiva del emprendedor.

Sobre el uso de la tecnología, para realizar innovaciones, la siguiente figura indica lo siguiente:

**Figura 23.**

*Tipo de emprendimiento por desarrollo de soluciones innovadoras*



La figura 23, describe el tipo de emprendimiento que considera la tecnología como parte de las soluciones que promueve. Sobre los datos obtenidos, el 56.79% de emprendedores están de acuerdo y muy de acuerdo con el uso de tecnología como parte de la innovación, donde los porcentajes ubican a los emprendimientos de gastronomía y manufactura con el 35.81%.

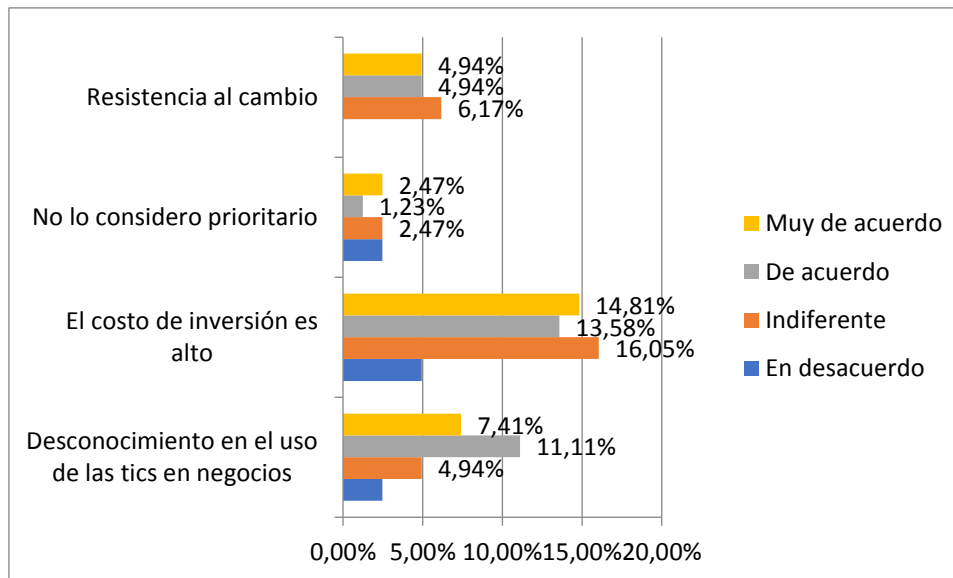


También se identifican niveles de indiferencia, con el 32.70%, en el que prevalecen las actividades económicas de manufactura.

Con respecto a las barreras de uso de tecnología la siguiente figura describe lo siguiente:

**Figura 24.**

*Uso de tecnología por barreras de uso de tecnología*



La figura 24, describe las razones que se presentan como barreras para el uso de la tecnología en los emprendimientos, donde se identifica, los altos costos de inversión con el 49.38%, como segundo aspecto el desconocimiento en el uso de las TIC's con el 25.93%.

Por lo tanto, los nuevos emprendimientos deben estar enfocados en adquirir el conocimiento para el uso adecuado de la tecnología en todas las actividades emprendedoras que se requieran, además de ello es necesario que los emprendimientos cuenten con la inversión necesaria para implantar soluciones TIC's innovadoras.

Sobre los niveles de implementación tecnológica que tienen los emprendimientos, la siguiente tabla describe lo siguiente:

**Tabla 10.**

*Nivel de implementación de tecnología en las soluciones por tipo de emprendimiento*

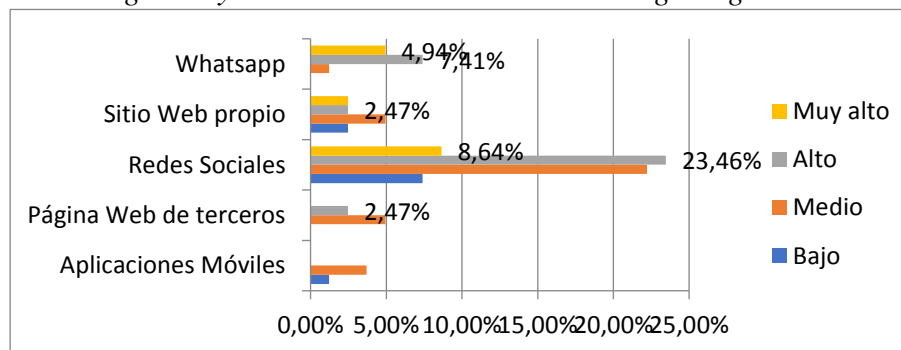
Opciones de respuesta	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Total
Bisutería	0.00%	0.00%	1.23%	0.00%	0.00%	1.23%
Construcción	0.00%	0.00%	0.00%	1.23%	0.00%	1.23%
Gastronomía	1.23%	4.94%	18.52%	6.17%	4.94%	35.80%
Manufactura	0.00%	6.17%	13.58%	8.64%	8.64%	37.04%
Moda	0.00%	1.23%	3.70%	3.70%	4.94%	13.58%
Servicios de tecnología	0.00%	0.00%	0.00%	3.70%	0.00%	3.70%
Servicios profesionales (Asesoría)	0.00%	1.23%	2.47%	2.47%	1.23%	7.41%
Total general	1.23%	13.58%	39.51%	25.93%	19.75%	100.00%

La tabla 10, permite identificar que el 45.68%, de encuestados tienen un nivel de implementación alto y muy alto, dentro de sus propuestas de negocios. Por otra, parte los emprendedores tienen un porcentaje del 14.81% que tienen bajas y muy bajas implementaciones. Por lo tanto, las respuestas obtenidas, indican que los emprendedores si han considerado la tecnología como parte medular de sus negocios.

Uno de los conocimientos que proveen las herramientas TIC's es el desarrollo de estrategias digitales enfocados en aumentar el nivel de clientes y así generar más ingresos. Sobre ello, la siguiente figura permite describir cuál es el comportamiento del conocimiento estratégico digital y el uso de los canales de difusión:

**Figura 25.**

*Medios digitales y nivel de conocimiento de estrategia digital*



De acuerdo a la figura 25, se puede encontrar que el mayor porcentaje de los emprendedores tienen un conocimiento medio con el 37.04%, de los cuales el 22.22% corresponde al uso de las herramientas de las redes sociales como los principales medios de difusión.

También se puede encontrar que el 25.93% corresponde al uso de sitios webs y la aplicación de mensajería Whatsapp y el canal menos utilizado son las aplicaciones móviles con el 4.94%. Se relaciona a los niveles de conocimientos de estrategia digital con los canales de comunicación, con el objeto de identificar cuál es el medio más utilizado.

Finalmente, es necesario determinar cómo afecta los conocimientos de estrategias digitales con respecto al nivel de ingresos monetarios que perciben los emprendimientos, para determinar qué forma afecta al objetivo de negocios de los negocios.

**Tabla 11.**

*Nivel de conocimiento estrategia digital por nivel de ingresos económicos del emprendimiento*

Opciones de respuesta	Bajo (Ingresos)	Medio (Ingresos)	Alto (Ingresos)	Muy alto (Ingresos)	Total nivel Ingresos
Bajo Conocimiento estrategia digital	4.94%	4.94%	1.23%	0.00%	11.11%
Medio Conocimiento estrategia digital	1.23%	29.63%	6.17%	0.00%	37.04%
Alto Conocimiento estrategia digital	1.23%	9.88%	20.99%	3.70%	35.80%
Muy alto Conocimiento estrategia digital	0.00%	2.47%	3.70%	9.88%	16.05%
Total Conocimiento estrategia digital	7.41%	46.91%	32.10%	13.58%	100.00%

Finalmente, es necesario determinar cómo afecta los conocimientos de estrategias digitales con respecto al nivel de ingresos monetarios que perciben los emprendimientos, para determinar qué forma afecta al objetivo de negocios de los negocios. Según la tabla 11, se identifica como la

relación entre los ingresos monetarios y el nivel de conocimiento de estrategia digital es directo. Por lo que mientras más conocimientos se adquieren mayor nivel de ingresos percibe.

Según los encuestados con el 46.91%, percibe ingresos medios sobre sus emprendimientos, dentro del cual el 26.63% tiene un nivel medio de conocimientos de estrategias digitales. También se lo puede corroborar al revisar los ingresos bajos con el 11.11%, dentro del cual no se identifica emprendedores que perciban muy altos ingresos.

Por lo tanto, los conocimientos digitales no solo son de ayuda para las actividades de emprendimiento a nivel operativo, sino que influyen estratégicamente en el negocio con el objeto de aumentar los niveles de ingresos que se recibe.

## **Discusión**

Después de haber obtenido información mediante la revisión bibliográfica referencial y de los datos obtenidos mediante la encuesta se puede determinar las siguientes discusiones:

El estudio de Escobar (2019), permitió identificar que el uso de las redes sociales para dar a conocer sus negocios tiene un porcentaje del 23%, lo que se contrapone al comportamiento actual donde la población encuestada es del 70.37% que utiliza las redes sociales. Lo que indica cómo ha sido el crecimiento sobre el uso dichas plataformas de difusión para obtener y generar información.

Con respecto a las brechas que generan resistencia, para que un emprendedor no invierta en tecnología se identifica el factor económico, el cual según Bruschini (2019) es un factor preponderante con el 70% de emprendedores. Y el presente estudio corrobora los resultados del investigador al indicar que el factor costo de inversión es el principal factor que dificulta la adopción de tecnología con el 49.38%.

Sobre el uso de los softwares de edición de texto y hojas de cálculo, en el estudio de Quispe et al (2017) el 91% de los encuestados lo utiliza y en el estudio se determina que el 64.2% de los

encuestados lo utiliza. También se puede acotar que los niveles de conocimientos en el estudio a los emprendedores en la ciudad de Guayaquil, indican que hay un conocimiento medio para las hojas de texto con el 35.80% y de excel se encuentra un nivel alto.

Finalmente, sobre el uso de tecnologías digitales para las actividades estratégicas de promoción y marketing, la investigación de Loayza et al (2020) determinan que solo 62.3% conocen de marketing digital y utilizan con el 72.7% donde facebook e instagram son las herramientas digitales.

Por lo tanto, se puede concluir que las herramientas tecnológicas son un apoyo para los emprendedores, ya sea para las actividades operativas de comunicación, búsqueda, protección y también para realizar estrategias para generar un alto nivel de ingresos para el emprendimiento propuesto.

## **Conclusiones y recomendaciones**

### **Conclusiones**

El desarrollo investigativo del presente proyecto tiene por objetivo principal analizar la incidencia del conocimiento digital del emprendedor Guayaquileño en la generación de las nuevas pymes ha llevado a que se determinen las siguientes conclusiones:

Como primer paso se definió las bases teóricas acerca de los conocimientos digitales, tanto para el emprendedor como para la generación de nuevas pymes. Y para ello la revisión bibliográfica permitió identificar como las actividades emprendedoras se han elevado en el Ecuador y este se define según los preceptos de Smith, Baptiste, Stuart que describen al emprendedor como un individuo que se adapta a los cambios económicos convirtiéndose un elemento generador de ingresos. También se determinó cuáles son las dimensiones de las competencias digitales de acuerdo con el marco Europeo de Competencias Digitales, en el 2020, el cual indica que: son la información y datos, comunicación, contenido digital, seguridad, resolución de problemas y uso de tic en los negocios.

Se desarrolló un marco metodológico, en el que se determinó el uso de la investigación descriptiva, con enfoque cuantitativo, considerando el uso de encuestas a una población de 273 emprendedores Guayaquileños, pertenecientes a las aceleradoras y centros de emprendimientos como: Épico, Centro de Artes y Oficios, Ucsq Emprende, Dirección de Acción Social y Educación y Centro Municipal Huancavilca mediante el uso de encuestas, para determinar cuál es la incidencia de los conocimientos de los emprendedores para con los nuevos emprendimientos, basado en el estudio de Contreras Et al (2019), titulado ‘Las Competencias digitales y validación de un instrumento para su validación’, el cual permitió definir las preguntas a realizar, mediante

las dimensiones de: información, comunicación, creación de contenidos, seguridad y resolución de problemas.

El estudio sobre las competencias digitales permitió conocer como la mayor parte de los emprendimientos con el 63% de los negocios, no duran más de un año y esto es posible por la falta de conocimiento sobre el uso de las TIC's. Los resultados obtenidos con el 45,68% de los emprendimientos tiene de 5 a 10 trabajadores y los negocios que representan el 20.99% tiene una inversión de \$1,500 a \$3,000 dólares. Sobre la dimensión de búsqueda por internet se determinó que el nivel de conocimiento es alto con el 37.04%, donde los emprendedores usan las redes sociales como fuentes de búsqueda. Con respecto a los conocimientos de softwares de ofimática no se encontraron emprendedores que tengan un nivel de conocimiento muy alto y el 13.58% de encuestados presentan un alto conocimiento tanto en el software de Excel para las hojas de cálculo y Word para edición de texto, y sobre las seguridades utilizadas para el 35.80% de emprendedores es alto y se relaciona directamente con el tamaño de los trabajadores. Además, sobre las capacidades de herramientas de generación de contenidos digitales se determinó que el 38.27% de emprendedores tienen un nivel de conocimiento intermedio. Un dato interesante permite identificar que los emprendedores se enfrentan a dos retos que obstaculizan la implementación de las TIC's como son: los altos costos de inversión que implica adoptar las TIC's con el 49.38% y el desconocimiento del uso de las tecnologías con el 25.93%. Finalmente, el estudio indica que mientras más conocimiento en estrategia digital tiene un emprendedor más alto son sus ingresos económicos.

Por lo tanto, es necesario que el emprendedor de hoy en día tenga las capacidades digitales completas |y actualizadas para usar las tecnologías de forma estratégica, ya sea como elemento de

búsqueda mediante canales digitales, herramientas de comunicación, medio de difusión o el uso de las TIC's como elemento innovador para la solución de problemas.

### **Recomendaciones**

Luego que se cumplieron los objetivos específicos de la investigación se puede determinar las siguientes recomendaciones:

Se recomienda realizar programas formativos y de capacitación como apoyo a los emprendedores en la ciudad de Guayaquil, para que utilicen las TIC's como herramientas estratégicas para impulsar sus propuestas de negocios. Entre las temáticas a considerar: marketing digital, uso de Word, Excel y uso de redes sociales para la publicidad de contenido.

Para futuras investigaciones se recomienda realizar un estudio que permita determinar cuál es el impacto del emprendimiento sobre el PIB, en el Ecuador, y determinar qué aspectos se deben mejorar para apoyar a las actividades emprendedoras de las personas.

Finalmente, se recomienda realizar un análisis a los emprendedores encuestados para determinar cuál fue el comportamiento de los próximos meses a nivel económico, para analizar sus resultados financieros.



## Referencias

- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 195-204.
- Ala-Mutka. (2011). *Mapping digital competence: Towards a conceptual understanding*. Sevilla: *Institute for Prospective Technological Studies*. Sevilla, España. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/340375234>
- Almodóvar, M. (2018). *Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora*.
- Alvarado, G. (2020). Las tecnologías de información y comunicación como herramientas para emprendedores en la ciudad de guayaquil. 2019-2020.
- Banco Central del Ecuador. (junio de 2021). En el primer trimestre de 2021, la economía ecuatoriana creció 0,7% respecto al trimestre anterior y reportó una variación interanual de -5,6% (respecto al primer trimestre de 2020). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1434-en-el-primer-trimestre-de-2021-la-economia-ecuatoriana-crecio-0-7-respecto-al-trimestre-anterior-y-reporto-una-variacion-interanual-de-5-6-respecto-al-primer-trimestre-de-2020#:~:text=>
- Baumol, W. (2017). Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds. . *Journal of business venturing*, 8(3),, 197-210.
- Bernal, M., & Rodriguez, D. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1). doi:<https://doi.org/10.22517/23447214.20401>

- Berumen, S., & Arriaza, K. (2008). *Evolución y desarrollo de las TIC en la economía del conocimiento*. Editorial del Economista. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=0nytjTFCVIC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=0nytjTFCVIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Bruschini, R. (2019). *Pequeñas empresas atravesadas e impactadas por las TIC*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.
- Bustos, P. (2017). Caracterización de la utilización de fuentes de financiamiento en PYMES apoyadas por CDN. *Repositorio Universidad de Chile*. Obtenido de [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146139/Tesis-Patricio Bustos Castro.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146139/Tesis-Patricio%20Bustos%20Castro.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cardona, A. M., & Martínez Soto, L. (2020). *Emprendimiento Social y Felicidad Urbana*. Colombia: Consejo de Medellín. Obtenido de <https://aunarcali.edu.co/revistas/index.php/RDCES/article/view/114/81>
- Chang, H. J. (2019). *Economía para el 99% de la población*. Buenos Aires: Debate.
- Chávez, C. (2018). *¿Cómo funciona Internet?*. El Cid Editor.
- Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI. (2010). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Comisión Europea. (2020). *Guía del usuario del Marco Europeo de Competencias Digitales*.
- Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). (2018). *Las mipymes generan el 28% del PIB en Latinoamérica pero carecen aún del impulso necesario*. Obtenido de

<https://www.ceoe.es/es/ceoe-news/internacional/las-mipymes-generan-el-28-del-pib-en-latinoamerica-pero-carecen-aun-del>

Contreras, J., Piedrahita, A., & Ramírez, I. (2019). Competencias digitales, desarrollo y validación de un instrumento para su valoración en el contexto colombiano. *Revista Ciencia Tecnología Sociedad* , 205-232.

Dees, J. (2018). Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short. *Harvard business review*, 76(1), 55-67. Obtenido de <http://www.sogenc.org/dosyalar/6-TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>

Delgado, D., & Chavez, G. (2018). Las PYMES en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamerica*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>

Díaz, V. (2016). Estrategias para incrementar la tasa de respuesta en las encuestas. *Revista Internacional de Sociología*, 133-162.

Diseño de Investigación de corte transversal. (2018). *Tópicos en investigación clínica*, 141-148.

Drucker, P. (2017). *Las 5 claves de Peter Drucker: el liderazgo que marca la diferencia*. Profit Editorial.

Escobar, J. (2019). Emprendedor digital: factor clave del éxito en la creación y consolidación de nuevas organizaciones. *XIII Congreso de Ingeniería de Organización*, 562-571.

Foro Económico Mundial. (2018). *Competitividad Global*. . Obtenido de Escuela de negocios, 1-6.: <http://www.copades.com.sv/uploaded/content/category/826013184.pdf>

- García Macías, M., Sánchez Tovar, Y., & Mariana, Z. (2018). *Factores de entorno determinantes del emprendimiento*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2654/265457559007/265457559007.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor Ecuador. (2020). Obtenido de [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf#page=10&zoom=100,66,126](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf#page=10&zoom=100,66,126)
- Gutiérrez, G., & Alberto, J. (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: Teoría, modelos y casos*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=tVv5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=teorias+de+emprendimiento&ots=pYp0AsFNHo&sig=PfVQhIQv-w4xdIB46H7LaCJ4JDU#v=onepage&q=teorias de emprendimiento&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=tVv5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=teorias+de+emprendimiento&ots=pYp0AsFNHo&sig=PfVQhIQv-w4xdIB46H7LaCJ4JDU#v=onepage&q=teorias+de+emprendimiento&f=false)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico d.f.: Mc Graw Hill.
- INEC. (2021). *Directorio de Empresas 2020*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Kantis, H., & Angelelli, P. (2020). Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-America-Latina-y-el-Caribe-frente-al-COVID-19-Impactos-necesidades-y-recomendaciones.pdf>
- Llamas, F., & Fernández, J. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista EAN*(84). doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1918>

- Loayza, B., & Paredes, C. (2020). Marketing digital, una herramienta para el emprendimiento de estudiantes universitarios. *Revista Eruditus*, 21-32.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación social cuantitativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lowrey, Y. (2018). *The entrepreneur and entrepreneurship: A neoclassical approach*. Office of Advocacy. Obtenido de US Small Business Administration Economic Research Working Paper.:  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.186.8003&rep=rep1&type=pdf>
- McClelland, D. (2019). Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of personality and Social Psychology*, 1(4), 389.
- Otero, A. (2018). *Enfoques de Investigación*.
- Pesantez, Z., & Moreira, E. (2020). Análisis de la tendencia de negocios digitales (e-business) en la zona de planificación 8 del Ecuador. *Revista UTA-Ecuador*(27). Obtenido de <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1017>
- Plan Prosperidad 2018-2021. (2020). Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/Plan20Prosperidad20RV.pdf>
- Porter, M. (2018). *“Estrategia Competitiva”*. Bogotá: ed. Norma.
- Quispe, A., Padilla, M., Telot, J., & Nogueira, D. (2017). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes comerciales. *Revista Ingeniería Industrial*, 81-92.

Ron, R., & Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Revista Espacios*, 38(53). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>

SRI. (2012). *Definición de Pymes*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec>

Ülgen, F. (2019). Innovaciones schumpeterianas, innovaciones financieras e inestabilidad: una perspectiva institucional. *Cuadernos de Economía Vol. 38. Número 106.*, 46-53.

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Narea Sigcho Nathalie Vanessa**, con C.C: # **0952556488** autora del trabajo de titulación: **Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes**, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de febrero del 2022

f.  \_\_\_\_\_

Nombre: **Narea Sigcho Nathalie Narea**  
C.C: **0952556488**

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Lucas Tábara Renato José** con C.C: # **0931841761** autor del trabajo de titulación: **Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes**, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de febrero del 2022

f. 

Nombre: **Lucas Tábara Renato Lucas**

C.C: **0931841761**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas pymes.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Narea Sigcho Nathalie Vanessa – Lucas Tábara José Renato		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Rubén Patricio Barberán Arboleda		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero Comercial		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	19 de febrero del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	90
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Innovación y desarrollo, sistemas de información gerencial, productividad y competencias digitales.		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Conocimiento digital, TIC'S, DigComp, Competencia digital.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>Durante las últimas décadas, la competencia digital se ha vuelto esencial en cualquier lugar de trabajo. En la actualidad es difícil encontrar una actividad económica que no se requiera conocimientos en TIC's. Al mismo tiempo en el ecosistema del emprendimiento se encuentra deficiencia en conocimientos digitales, lo que reduce la posibilidad de crecer el negocio. Por lo consiguiente el presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la incidencia del conocimiento digital del Emprendedor Guayaquileño en la generación de nuevas PYMES. Con respecto al marco teórico se identifican diversas teorías y conceptos que respaldan las variables del proyecto de investigación, tales como las competencias digitales, generación de nuevas pymes, TIC'S y factores que impulsan el emprendimiento, teorías y conceptos como la informática y computación, redes de comunicación, sistemas de información. El método aplicado es el descriptivo a través de autoevaluación de las competencias digitales basado en el Marco Europeo DigComp. Luego, se realiza una encuesta a 160 emprendedores pertenecientes a las aceleradoras y centros de emprendimientos como: Épico, Centro de Artes y Oficios, Ucsg Emprende, Dirección de Acción Social y Educación y Centro Municipal Huancavilca los cuales 81 de ellos se tuvieron respuestas. En conclusión, se identificó como las actividades emprendedoras se han incrementado en el Ecuador y también cuales son las dimensiones de las competencias digitales de acuerdo al Marco Europeo de Competencias Digitales. Como segundo objetivo se desarrolló el marco metodológico a través de la investigación descriptiva mediante el uso de encuestas a emprendedores. Por último, el estudio permitió conocer como incide las competencias digitales en la generación de nuevas pymes.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-990044418 +593-983002252	<b>E-mail:</b> nathalienarea.96@gmail.com rejo777@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Arévalo AVECILLAS, Danny Xavier		
	<b>Teléfono:</b> +593-991048220		
	<b>E-mail:</b> danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			