



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**
Seréis mis testigos

MANABÍ

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MANABÍ – CAMPUS CHONE**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

**“INNOVACIÓN EMPRESARIAL DIGITAL EN LAS PyMES DEL SECTOR COMERCIAL Y
SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LA CIUDAD DE CHONE”.**

**PREVIO AL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
TECNOLOGÍA EN INNOVACIÓN EN LOS NEGOCIOS**

**SUBLÍNEA
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA
CEDENÑO CORNEJO ANGELA VICENTA**

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
MGTR. ÁLVARO DANNY MENDOZA CEDENÑO**

MAYO 2023

CHONE – MANABÍ - ECUADOR

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Mgr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño

TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**CERTIFICA**

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Mgr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño

**TUTOR TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

CC: 1310166648

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador aprueba el presente trabajo de integración curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana
CC. 1310342330
PRIMER LECTOR

Mgtr. María Gabriel Loor Marcillo
CC. 1310198070
SEGUNDO LECTOR

Mgtr. Oscar Iván Cerón Tatac
C.C. 1310821911
TERCER LECTOR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad de la autora, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Chone, mayo 2023

(f): _____

Angela Vicenta Cedeño Cornejo

CC: 131679443-5

Email: acedeno4435@pucesm.edu.ec

Teléfono: 0997398295

DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR Y CO-AUTORÍA

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo

(f): _____

Angela Vicenta Cedeño Cornejo

CC: 131679443-5

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación es dedicado:

A Dios quien ha sido mi guía, por darme fortaleza y resistencia por permitirme cumplir este gran momento de mi vida, por la perseverancia en los momentos difíciles que me han enseñado a ser más fuerte cada día y por bendecir mi carrera universitaria.

Un agradecimiento especial a mis padres Ángel Fredy Cedeño Molina y Olga Vicenta Cornejo Cusme quienes con su amor paciencia y esfuerzo me han acompañado durante toda mi trayectoria estudiantil y me han permitido llegar a cumplir una meta más,

A mi cónyuge, Yerson Zambrano, por ser mi gran amigo y compañero de vida, por ser mi apoyo y darme su mano en los momentos difíciles y por el amor brindado día a día.

Y en especial a mi hija Guadalupe Yuribeth Zambrano Cedeño, quien es mi motivación e inspiración para poder concluir con éxito esta etapa profesional.

A mis hermanos Lexy y Bladimir y toda mi familia por haber estado conmigo en todo momento brindándome su apoyo en mi esfuerzo y superación personal.

Angela Vicenta Cedeño Cornejo

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento muy especial a la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE MANABI por abrirme las puertas y darme la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa institución y por haberme otorgado una beca del 50% en la cual me ayudo para crecer profesionalmente y haber formado principios y valores en mi formación académica.

Agradezco a mis docentes por haber sido mi guía y depositar sus conocimientos en mí, dándome sabios consejos que me han ayudado a mi crecimiento personal y profesional, y la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de esta trayectoria estudiantil.

Agradezco en especial al Mgtr. Danny Mendoza Cedeño, docente y amigo que se convirtió en mi tutor académico y guía durante esta lucha una persona con gran sabiduría, gracias por sus conocimientos adquiridos en el desarrollo de mi investigación logramos culminar esta dura tarea.

Por consiguiente, agradezco a cada uno de los propietarios de las PyMES del sector comercial de la ciudad de Chone que me facilitaron toda la información necesaria para el desarrollo de esta investigación.

Angela Vicenta Cedeño Cornejo

Resumen

Esta investigación cuantitativa analizó la innovación empresarial digital en las pymes del sector comercial y su impacto en el crecimiento económico en Chone, considerando lo diverso de sus actividades económicas. Por ello, este estudio descriptivo, documental de campo se realizó entre octubre de 2021 y junio de 2022, para lo cual se diseñó una encuesta aplicada a los propietarios de 100 pymes del sector, recolectando información sobre las principales herramientas digitales utilizadas como estrategias de ventas. Los resultados destacan que el 70 % de ellos utiliza redes sociales como *Facebook* y *WhatsApp* como método de ventas porque sus clientes las usan frecuentemente. El 21% emplea la herramienta *e-commerce* porque su uso se hizo común durante la pandemia de COVID-19, al facilitar la compra y venta de diferentes productos y/o servicios; el 92% ha invertido en tecnología en el último año; y el 94% toma decisiones según los datos digitales obtenidos. Los resultados muestran además que, este sector usa eficientemente las herramientas digitales, donde el 45% de los encuestados a veces invierte dinero en estrategias de ventas para mejorar su conexión con la clientela y garantizar su fidelización. Esto significa que la aceleración al incorporar la digitalización y uso de datos en estas pymes ha influido e impactado positivamente en el crecimiento económico del cantón. En conclusión, las características de este entorno empresarial comercial permiten innovar digitalmente mejorando la ventaja competitiva, obteniendo sostenibilidad y aumentando la participación de las pymes en el mercado.

Palabras clave: competitividad, innovación, pymes, tecnología, productividad

Abstract

This quantitative research study assessed digital business model innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs) in the commercial sector, as well as their impact on economic growth in *Chone*, in view of the diversity within their economic activities. Thus, this descriptive, documentary field research study was carried out from October 2021 through June 2022, so that a survey was designed and conducted among the owners of 100 SMEs to collect data on the main digital marketing tools and strategies used by them. The findings point out that 70% of owners use social networking sites such as Facebook and WhatsApp as sales techniques because their clients frequently use them. Also, 21% of them use e-commerce tools given that they became popular during COVID-19 pandemic, by enabling the buying and selling of goods or services; 92% of them have invested money in technology for the last year; and 94% make decisions based on digital data. The findings also reveal that this commercial sector uses digital tools efficiently, so 45% of those surveyed sometimes invest money in strategies to increase sales, improve customer connection, and encourage loyalty. This means that the acceleration of digitalization and the use of databases by these SMEs have had a positive influence and impact on the economic growth of this canton. In conclusion, the characteristics of this business environment make it possible to achieve digital innovation by gaining competitive advantage, attaining sustainability and increasing participation of SMEs in the marketplace.

Keywords: competitiveness, innovation, SMEs, technology, productivity

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD	iv
DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR Y CO-AUTORÍA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	ix
TABLA DE CONTENIDOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE IMÁGENES	xi
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
Formulación del problema.....	13
OBJETIVOS	13
a) Objetivo General	13
b) Objetivos específicos.....	14
MATERIALES Y MÉTODOS.....	14
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	16
POBLACIÓN Y MUESTRA	17
Población.....	17
Muestra	19
RESULTADOS.....	21
ANALIS DE LOS RESULTADOS.....	30
CONCLUSIONES	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ANEXOS	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de las empresas del Ecuador.....	2
Tabla 2 Clasificación actividad económica en el sector comercio.....	3
Tabla 3 Cantidad de empresa según su tamaño en la ciudad de Chone.....	5
Tabla 4 Matriz F.O.D.A de las PyMES del sector comercio.....	9
Tabla 5 Métodos y técnicas de investigación.....	17
Tabla 6 Población	18
Tabla 7 Actividades comerciales	18
Tabla 8 Tamaño de muestra.....	19

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Principales factores	10
-------------------------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Comportamiento economico de la ciudad de Chone.....	6
Gráfico 2 VAB por sectores económicos de la ciudad de Chone	7
Gráfico 3 Evolución de ingresos del sector comercio en la ciudad de Chone	8
Gráfico 4 Herramientas digitales implementadas como estrategia de ventas.....	21
Gráfico 5 Estrategias actuales de las PyMES aplicada como innovación digital.....	22
Gráfico 6 Plataformas de pago.....	23
Gráfico 7 Factores que impiden el uso de las herramientas digitales.....	24
Gráfico 8 Grado de importancia de la innovación digital.....	25
Gráfico 9 Consecuencias de la innovación digital	26
Gráfico 10 Impactos de la innovación digital al modelo de negocio	27
Gráfico 11 Nivel de eficiencia y eficacia de las Pymes comerciales.....	28
Gráfico 12 Rubros economico para invertir en innovación digital.....	29

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Comercial Mega Todo.....	40
Imagen 2 Comercial " Al Costo".....	40
Imagen 3 Ferreteria " JJ".....	41
Imagen 4 Distribuidora "MORÁN".....	41
Imagen 5 Vista exterior de comercial "ChonePac".....	42
Imagen 6 Vista exterior de casa comercial "DELGADO".....	42

INNOVACIÓN EMPRESARIAL DIGITAL EN LAS PyMES DEL SECTOR COMERCIAL Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LA CIUDAD DE CHONE.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Chone, Provincia de Manabí, con el fin de obtener tanto información primaria como secundaria sobre la innovación empresarial digital que afecta las PyMES del sector comercial y que se encuentran ubicada en la zona urbana de la ciudad de Chone con información de los últimos años. Así como menciona Quezada, (2015) “La información recopilada permite formular y evaluar los indicadores de la innovación empresarial digital que aplicaron las PyMES del sector comercial”.

La innovación empresarial digital, es el desarrollo de nuevos modelos de negocio que generen valor para las PyMES y está relacionada con el crecimiento económico, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos o servicios (Vesga, s.f).

En el Ecuador el Servicios de Rentas Internas- SRI, (2020) define a las PyMES como el “conjunto de pequeñas y medianas empresas, que, de acuerdo con sus volúmenes de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su nivel de producción o activos, presentan características propias de entidades económicas”.

Las empresas del Ecuador están clasificadas según su tamaño, las cuales se encuentran determinadas en función a la cantidad de trabajadores y ventas anuales.

Tabla 1
Clasificación de las empresas del Ecuador.

CLASIFICACIÓN		
Variables	Número de empleados	Valor bruto de las ventas anuales
Microempresas	1 a 9 empleados	Ventas anuales menores a \$ 100.000
Pequeñas empresas	10 a 49 empleados	ventas de \$100.001 a \$1'000.000),
Mediana empresa "A"	50 a 99 colaboradores	Ventas registradas de \$1.000.001 a \$2.000.000
Mediana empresa "B"	100 a 199 colaboradores	Ventas de \$2.000.001 a \$ 5.000.001
Grande empresa	200 empleados en adelante	Ventas de \$5.000.001 en adelante

Fuente: Servicios de Rentas Internas- SRI, (2020)

En la actualidad, las pequeñas y medianas empresas son denominadas PyMES es necesario recalcar que son esenciales para la economía del país, generando mayores fuentes de empleo.

Es importante que las PyMES de Ecuador mejoren en sus procesos y estas empresas alcancen sus metas, se debería implementar la innovación digital en dichas empresas, entendiendo que esta innovación es el motor principal y primordial para el mejoramiento del funcionamiento de las PyMES y por ende de los distintos sectores a los que pertenecen y a su vez lo mismo permitirá fortalecer la economía del país, dado que las PyMES representan en gran mayoría a las empresas del país. (Samaniego, 2019).

En este contexto, con lo mencionado anteriormente las PyMES, representa más del 50% del sector empresarial del Producto Interno Bruto (PIB) y se dedican a las siguientes actividades: servicio, comercio, industrias manufactureras, transporte y almacenamiento, explotación de minas y canteras, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, aportando de manera directa para el desarrollo de la economía del país.

La composición del sector comercio en el Ecuador se clasifican en varios de los siguientes tipos:

Tabla 2

Clasificación actividad económica en el sector comercio

1	Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas.
2	Comercio al por mayor, excepto de vehículos automotores y motocicletas.
3	Comercio al por menor, excepto el de automotores y motocicletas.

Fuente: (Aspiazu, 2019)

La innovación digital, como factor competitivo, constituye las empresas innovadoras son más flexibles, se adaptan a los cambios en el entorno y responden más rápido y mejora las necesidades cambiantes de la sociedad en su conjunto para obtener así mejores resultados. Es por lo anterior que la innovación es considerada como un factor crítico para la supervivencia y el éxito de las empresas de acuerdo con (Gálvez Albarrací L & García Pérez, 2012).

Dicho lo anterior, la innovación es un factor elemental para el avance de las empresas, debido a que hoy en día se encuentran en la necesidad de innovar para enfrentar los nuevos retos y desafíos de la competencia, desarrollando una competitividad para fomentar supervivencia dentro del mercado.

Para Peraza, (2018) la supervivencia de las PyMES depende de su capacidad para establecer mecanismo en innovación que le permitan alcanzar y mejorar una ventaja competitiva; una empresa que genere mecanismo en innovación que le permitan afrontar los desafíos y superar los obstáculos que pueden aparecer en función del tiempo se considera que es exitosa y sostenible.

La innovación digital, ya no es un lujo sino una necesidad que las empresas necesitan implementar, las empresas deben ser rápidas al momento de cumplir con los requerimientos y necesidades que el mercado actual trae. Es por esto que se han visto en la necesidad de buscar estrategias que les permitan mantenerse en un mundo cada vez más competitivo, llegando así, a la determinación de adoptar una transformación digital que le otorgue diferentes beneficios, que les permitan mejorar la experiencia al cliente, reducir costos con la automatización de los procesos, extiende el tiempo de vida de las empresas, mejora la toma de conclusiones y entre otros (Aguirre, 2021).

La innovación digital no solo se refiere a herramientas tecnológicas si no que está rompiendo nuevos paradigmas, así como menciona (Llorente & Cuenca, 2016).

Innovación Digital no se tratan de una aplicación móvil aislada o de la creación de una página web, sino de un conjunto de aplicaciones orquestadas a través de diferentes canales que buscan generar una experiencia única en todos los momentos en que se relaciona el usuario con la marca. Está compuesto de productos de software que incluyen aplicaciones móviles, Web e incluso sensores y diferentes accesorios de hardware. Sorpresa, proactividad e interacciones inteligentes son la

clave de estas experiencias para crear conexiones duraderas y emocionales (p, 49).

Así como se menciona anteriormente, la innovación es el motor principal para el desarrollo de una empresa, cada vez la innovación busca mejores experiencias y los cambios en el entorno están avanzando rápidamente, que se le dificulta a las PyMES en poder adaptarse a los retos de la innovación donde cada vez se vuelve una herramienta indispensable para la sostenibilidad de las empresas dentro del mercado.

El sector comercio en la ciudad de Chone

La ciudad de Chone se caracteriza en la provincia de Manabí por su gran extensión en la zona rural, pero Chone es más conocido por sus principales actividades ganadera, agrícola y comercial, fortaleciendo la economía de la ciudad. En Chone la economía del comercio posee un buen ritmo, a través de compras y ventas al por mayor y menor de bienes o servicios.

Tabla 3

Cantidad de empresa según su tamaño en la ciudad de Chone

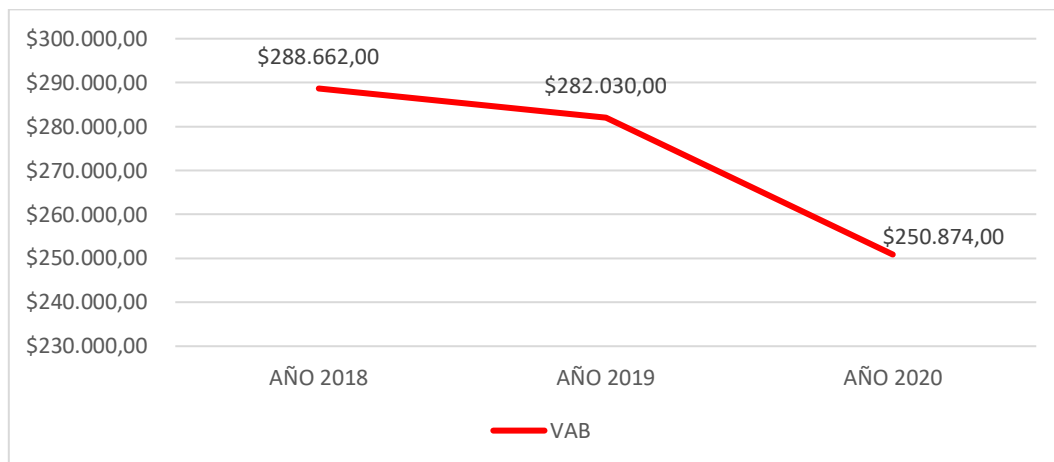
Tamaño de empresas	Cantidad de empresas
Grande	6
Mediana	35
Micro	10.413
Pequeña	557
Total, de empresas	11.011

Fuente: Servicios de Rentas Internas- SRI, (2021)

En la ciudad de Chone el Valor Agregado Bruto (VAB), corresponde a la suma de todas las actividades económicas que se generan dentro de la ciudad, la evolución del comportamiento económico de los años 2018 al 2020 en la ciudad de Chone, ha tenido una variable, en el 2018 el VAB fue de \$ 288.662,00, en el año 2019 de \$ 282.030,00 mientras que en el 2020 descendió a \$ 250.874,00.

Gráfico 1

Comportamiento económico de la ciudad Chone



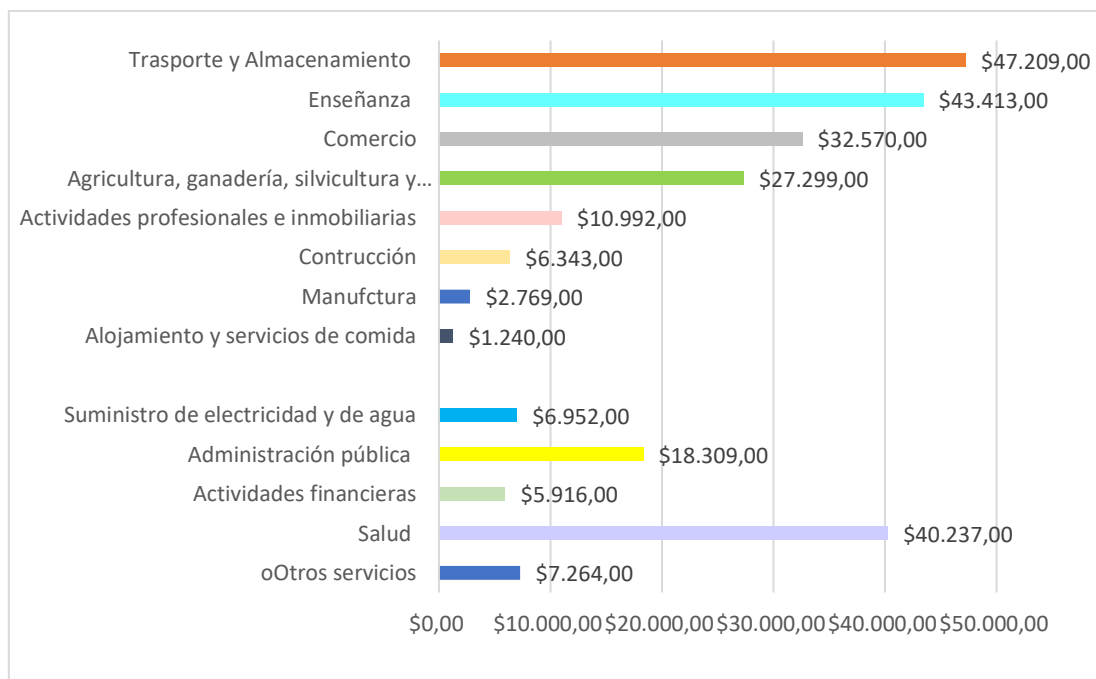
Fuente: Banco Central del Ecuador, (2021)

La emergencia sanitaria que se vive a nivel mundial causo un impacto económico en todas las actividades económicas y también afectó al Valor Agregado Bruto (VAB) y de manera especial a los sectores de las PyMES.

Los sectores que representaron mayor movimiento económico en la ciudad de Chone, año 2020 son: el sector de transporte y almacenamiento, que predomina con un total de \$47.209; el sector de enseñanza presentó \$43.413; le sigue el sector comercio con un total de \$32.570,00; después lo sigue el sector de actividades profesionales e inmobiliarias; se suma el sector construcción con un total de \$6.343,00; el sector manufactura genero un total de \$2.769,00; finalmente el sector de alojamiento y servicios de comida generando un total de \$1.240,00.

Gráfico 2

VAB por sectores económicos de la ciudad de Chone.



Fuente: Banco Central del Ecuador, (2021)

De acuerdo con la descripción de los datos, Chone se lo considera un sector muy productivo y que están relacionadas principalmente con la agricultura, ganadería y el comercio y es perceptible la viabilidad del VAB en decrecimiento.

Las PyMES del sector comercio, posee una tendencia variable que el año 2017 fue de \$ 32.109,89, mientras que el año 2018 aumento a \$34.806,00 y para el año 2019 y 2020 presento un decrecimiento de \$34.066,66 y \$32.570,00.

Gráfico 3

Evolución de ingresos del sector comercio en la ciudad de Chone



Fuente: Banco Central del Ecuador, (2021)

De acuerdo con la descripción de los datos, el sector comercio a presentado viabilidad en cada año, el 2017 presento una disminución por motivo que aún no se habían recuperado en total por la eventualidad del terreno del 16 de abril y finalmente el 2020 el impacto de la pandemia causo un decrecimiento.

Análisis FODA

El análisis de la matriz F.O.D.A. (Fortaleza, Oportunidad, Debilidad, Amenazas), es una herramienta estratégica para determinar las fortalezas internas o sobre ellas buscar las oportunidades del medio externo para su desarrollo y disminuir las amenazas.

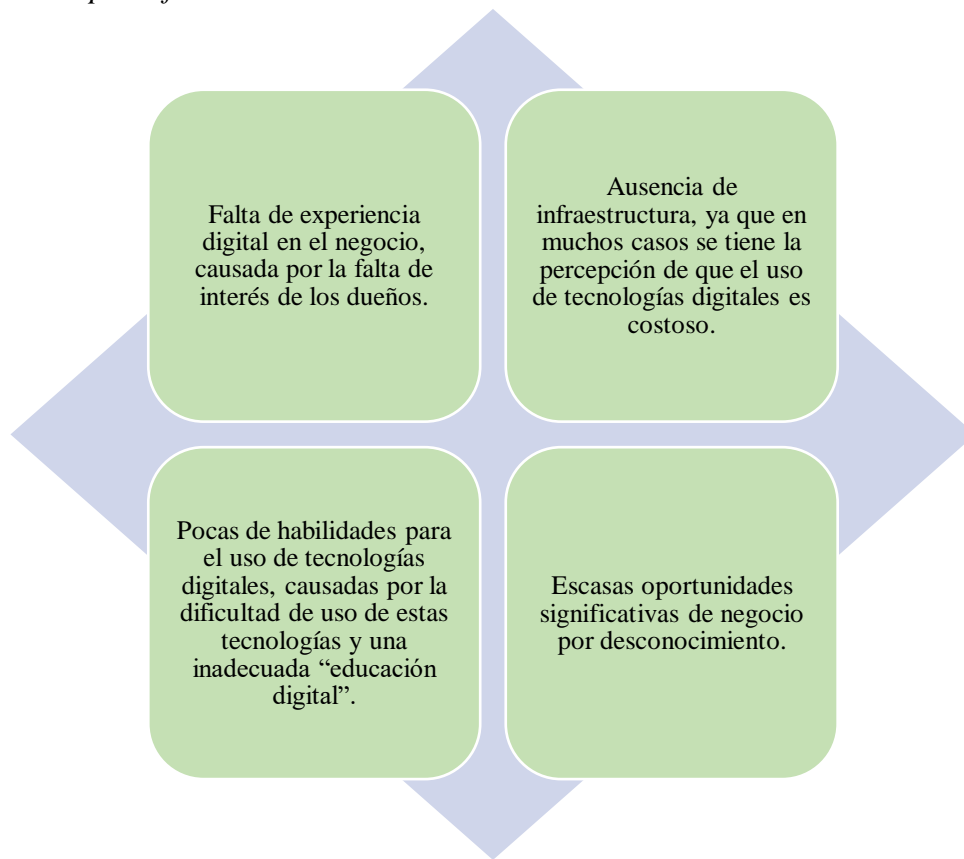
Tabla 4*Matriz F.O.D.A de las PyMES del sector comercio*

ANALIS INTERNO		ANALIS EXTERNO	
Fortaleza		Oportunidades	
➤ Mejor comunicación con el cliente.		➤ Aparición de nuevas herramientas tecnológicas	
➤ Liderazgo en el mercado		➤ El apoyo del gobierno que le da ha dado a las PyMES muchas ventajas para crecer en infraestructura y herramientas tecnológicas	
➤ Posee una adecuada atención digital, lo que hace acreedor a tener diferente tipo de clientela.		➤ El crecimiento del mercado comercial está relativamente en función de crecimiento poblacional de 2,15% el cual es un factor alentador para el incremento de ventas.	
➤ Fidelización del cliente		➤ Ofrece mejores oportunidades de negocios dentro del mercado.	
Debilidad		Amenazas	
➤ Las PyMES cuenta con una estructura organizacional simple.		➤ Los nuevos desafíos de la innovación.	
➤ Escases de información del uso de herramientas digitales.		➤ Los impactos inesperados en el entorno	
➤ Las herramientas que cuenta como estrategia de venta le falta mejorar para obtener mejor satisfacción del cliente.		➤ La inestabilidad económica	
➤ Inseguridad cibernética		➤ La competencia está innovada para atraer el cliente.	

Fuente: Investigación de campo (2022).

Según el planteamiento de la revista de Flores Agüero, (2020) entre los principales factores que detienen a las PyMES a adoptar las nuevas tecnologías digitales son:

Figura 1
Principales factores



Fuente: Elaboración propia

Estos factores causan que las PyMES se vean inseguras al momento de aplicar las herramientas digitales, quedando atrás a lo que es la transformación digital mundial que identifica una barrera de entrada al comercio internacional.

Como manifiesta Flores Agüero, (2020) en este contexto es crucial encontrar las estrategias que sirvan a las PyMES para tomar ventaja de los negocios digitales. Desarrollando una revisión literaria que conduzca a la síntesis de diferentes estrategias que sirvan a las PyMES en su transformación digital.

Además, las PyMES pueden superar estas barreras que se le presenten para que así puedan adaptarse al mundo de la digitalización, creando unas series de ventajas un crecimiento económico mayor participación de mercado y sobre todo le permiten entrar a mercados internacionales.

Finalmente, hasta el momento la última fase de esta (transformación digital) es la que se vive hoy en día, conocida como la Industria 4.0 en la cual se evidencian “Robotización, producción inteligente, cultura maker, sistemas inteligentes y cibernéticos, redes neuronales, IoT, IA, drones, Big Data” (Causil G & Figueredo B, 2020).

La ciudad de Chone se caracteriza por su intensa actividad comercial, esta actividad implica la compra y venta de productos e insumos por comerciantes mayoristas y minoristas. Este sector económico se lo considera como una de las principales actividades socioeconómica de la ciudad de Chone, las actividades comerciales es aquel sector empresarial que consiste en el intercambio de bienes o de servicios, este sector económico tiene más de un siglo de existencia, iniciando con una pequeña actividad y ha evolucionado con el tiempo representando con más del 50% al país.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema planteado para esta investigación está encaminada a conocer la situación real de las PyMES del sector comercial en la ciudad de Chone con respecto a la innovación empresarial digital. Chone es uno de los impulsores económicos de la provincia de Manabí, mediante sus actividades tales como agricultura, ganadería y especialmente el comercio.

Las PyMES es un factor importante en el crecimiento y desarrollo del país, no solo se dedican a la producción y/o distribución de bienes y prestación de servicios, sino que también contribuyen al PIB (Producto Interno Bruto), generando empleo y manejo sostenible para la economía nacional.

Sin embargo, el gobierno emplea el apoyo a las grandes empresas, debido a que contribuyen mucho más al Producto Interno Bruto (PIB), en dichas circunstancias han dejado a un lado al sector de las PyMES, deberían aportar asesoramientos, programas de desarrollo o de financiamiento para mejorar su crecimiento.

De acuerdo con los datos presentados por el Directorio de Empresas y Establecimientos – DIEE y el Instituto Nacional de Estadísticas y Ciencias - INEC, (2021) a nivel nacional, las dos principales actividades que están generando mayor circulación económico, con una participación de promedio es servicios (44,4%), el comercio (34,3%).

El sector comercial en la ciudad de Chone ha presentado variabilidad del Valor Agregado Bruto (VAB) en decrecimiento, provocando un impacto económico por la pandemia COVID-19 presentando una post crisis a este sector, donde las PyMES han tenido que implementar la innovación digital para mejorar el crecimiento económico, una de las principales metas para Chone es el desarrollo de los sectores económicos en un entorno de sostenibilidad.

Con todo lo expuesto, la innovación digital ha logrado desarrollar a grandes empresas, mientras que la PyMES, han presentados problemas para poder aplicar las nuevas herramientas digitales, ocasionando amenazas a las supervivencias de las empresas

que no sean capaces de adaptarse.

En este sentido, a lo anterior se puede considerar que aun cuando las tecnologías sustentadas en las redes sociales no son de usos mayoritarios para las PyMES, debido al desconocimiento que se tiene para abarcar el mercado que tiene la oportunidad de innovar su modelo de negocio; situación que descoloca en desventaja a muchas de ellas al no lograr mayor afluencia de posibles consumidores de los productos que se ofrecen.

En la actualidad los sectores económicos están en una situación estable, la crisis de la pandemia COVID-19 ha afectado directamente a las PyMES, ya que muchos se han encontrado obligados a cerrar su negocio, por falta de estrategias digitales y otras han presentado problemas para poder aplicar la innovación digital en la cual le ha bajado su rentabilidad económica, por ese motivo las empresas deben estar innovando para seguir en el mercado.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La Innovación empresarial digital constituye un factor determinante de competitividad en las PyMES del sector comercial de la ciudad de Chone?

OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar la innovación empresarial digital en las PyMES del sector comercial y su impacto en el crecimiento económico en la ciudad de Chone.

Objetivos Específicos

- Identificar las herramientas digitales que aplican las PyMES como estrategias de innovación empresarial.
- Determinar cómo afectará la innovación digital al modelo de negocio de las PyMES del sector comercial.
- Evaluar el impacto de la innovación digital en las PyMES del sector comercial en la ciudad de Chone.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la presente investigación se aplicó el método deductivo partiendo de datos generales aceptados para llegar a una conclusión de tipo particular, es decir ir de lo general a lo particular. A su vez, la investigación es de enfoque cuantitativo debido a que se utilizó instrumentos de recolección de información que bien permitirán establecer medición analítica correlacional (aplicación de encuestas).

Por otro lado, la investigación es tipo documental dado que se utilizó fuentes bibliográficas y documentales relacionadas directamente con la temática expuesta en la investigación; es de campo al ser desarrolladas en el área de los acontecimientos (Zona urbana de Chone) y por último no experimental al no aplicarse una relación que cause efecto que conlleve al uso de prácticas distintas valoradas en la investigación. El nivel de la investigación es de tipo descriptiva debido a que se procurara establecer los principales atributos o patrones de comportamiento del objeto de estudio.

Para el procesamiento de la información se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia. Se diseñó y se aplicó una encuesta para obtener datos mediante un cuestionario con preguntas estructuradas y dirigidas a los propietarios de los establecimientos comerciales utilizando el tipo de muestreo no probabilístico.

La metodología nos permite ordenar y sistematizar un trabajo de investigación, la virtud es precisamente todo el instrumental a fin de hacerlo, como opina (Baena, 2017) la investigación además nos sirve para saber mucho sobre pocas cosas y en un ejercicio colectivo entre todos los científicos van integrando las diferentes piezas de conocimiento que integran la ciencia, por ello es un producto colectivo, donde toda disciplina para desarrollarse requiere de la investigación. La aplicación de los instrumentos de investigación apoya.

Método Deductivo; En esta investigación se utilizó este método deductivo o razonamiento, un tipo de razonamiento lógico que se caracteriza por extraer conclusiones válidas particulares a partir de una premisa o hipótesis general (Uriarte, 2020).

Tipos de investigación

El diseño que se utilizó en el desarrollo de esta investigación es de campo: porque se visitó las PyMES comerciales en la ciudad de Chone, para obtener fuentes de información, y obtener criterios de la innovación digital y el impacto que tendrá en el crecimiento económico en el tema objeto de estudio.

También se utilizó la modalidad documental o bibliográfica porque puedo obtener fuentes de referencias como, libros, periódicos, revistas, artículos científicos y sitios web, toda una información referente para el desarrollo de este proyecto.

El presente estudio de la investigación se centra en la investigación descriptiva en la cual le detallaremos los cambios de la innovación empresarial digital en las PyMES comerciales en la ciudad de Chone.

Descriptiva: Este tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación. Como dice su propio nombre, esta forma de investigar “describe”, no explica (Jervis, 2020).

No Exploratoria: El diseño de este estudio es de carácter no experimental, es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en las observaciones de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Escamilla). Porque se analizarán las dificultades que tienen las PyMES antes la innovación empresarial digital dentro del sector comercial.

Técnicas de investigación

En la presente investigación donde se estudió y se analizó la innovación empresarial digital en las PyMES del sector económico comercial, en la cual se aplicó a los administradores de las PyMES en la ciudad de Chone, la información y datos que se obtuvo son cuantitativos y cualitativos, se manejó herramientas numéricas y de opiniones respectivamente.

Tabla 5
Métodos y técnicas de investigación

	Metodología		
	Métodos estadísticos	Encuestas	análisis – síntesis
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	Los métodos estadísticos son procedimientos para manejar datos cuantitativos y cualitativos mediante técnicas de recolección, presentación, descripción y análisis. (Morales, 2020).	Se realizó unas encuestas a los propietarios de las PyMES de la ciudad se analizó la innovación empresarial digital en las PyMES del sector comercial y su impacto en el crecimiento económico en la ciudad de Chone.	Se acudió a esta metodología ya que es factible para valorar las PyMES del sector comercial de Chone y el impacto con la innovación digital
Instrumentos	Guía de encuestas	Cuestionario	Guía de observación

Fuente: Elaboración propia

Población y Muestra

Población

La presente investigación tiene una población que está constituida por las pequeñas y medianas empresas (PyMES) comerciales en la ciudad de Chone, que se establecerá de acuerdo con la información suministrada *por el catastro del Servicio de Rentas Internas (2021)* puesto que, de todos los tipos de PyMES existentes, son las únicas que emplean un proceso comercial en varias actividades de su cadena de valor empresarial.

La población considerada para el proyecto es de 592 PyMES del sector comercial, de acuerdo con las cifras presentadas por el catastro del Servicios de Rentas Internas- SRI, (2021) que se encuentra ubicada en la ciudad de Chone.

Tabla 6
Población

<i>Unidad de Muestral</i>	<i>PyMES</i>
<i>Actividad</i>	<i>Comercial</i>
<i>Cantidad</i>	592
<i>Ubicación</i>	<i>Chone</i>

Fuente: Servicios de Rentas Internas- SRI, (2021).

Tabla 7
Actividades comerciales

PyMES POR ACTIVIDAD COMERCIAL	N
Almacén ropa, zapatos y accesorios.	63
Accesorios, mantenimiento y reparación de automóviles y motocicletas	54
Accesorios, mantenimiento y reparación de computadora y móvil	26
Actividades profesionales y técnicas	24
Farmacias	80
Restaurantes y alojamientos	34
Ferretería	15
Material de construcción	10
Bazar y accesorios en general	12
Papelería y librería, imprenta de ediciones y gigantografía	21
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	28
Electrodomésticos	10
Establecimientos comerciales en general	164

Otras actividades comerciales	51
TOTAL	592

Fuente: Servicios de Rentas Internas- SRI, (2021).

Muestra

Es la porción de la población que se selecciona para su análisis (Quezada, 2015).

La muestra se obtuvo de la población, con un total de 592 PyMES consideradas para el estudio, se utilizó la siguiente fórmula para realizar el cálculo de la muestra.

Muestreo aleatorio simple

Cuando se conoce la población, la fórmula es:

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

$$\frac{592 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(592 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{568,5568}{2,4379} = 233 \text{ encuestas}$$

Tabla 8

Tamaño de muestra

	Variable	Valor
N	Tamaño de la población	592
Z	Nivel de confianza	196
P	Probabilidad de éxito	0,5
Q	Probabilidad del fracaso	0,5
D	Margen de error	0,05
N	Tamaño de la muestra	233

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo en el Servicios de Rentas Internas- SRI, (2021) el tamaño de población es un total de 592 PyMES consideras para el estudio, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia.

Teniendo en cuenta a Serra, (2022) el muestreo por conveniencia es un método de muestreo no probabilístico. Consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador para la muestra. Esta conveniencia se produce porque al investigador le resulta más sencillo examinar a estos sujetos, ya sea por proximidad geográfica.

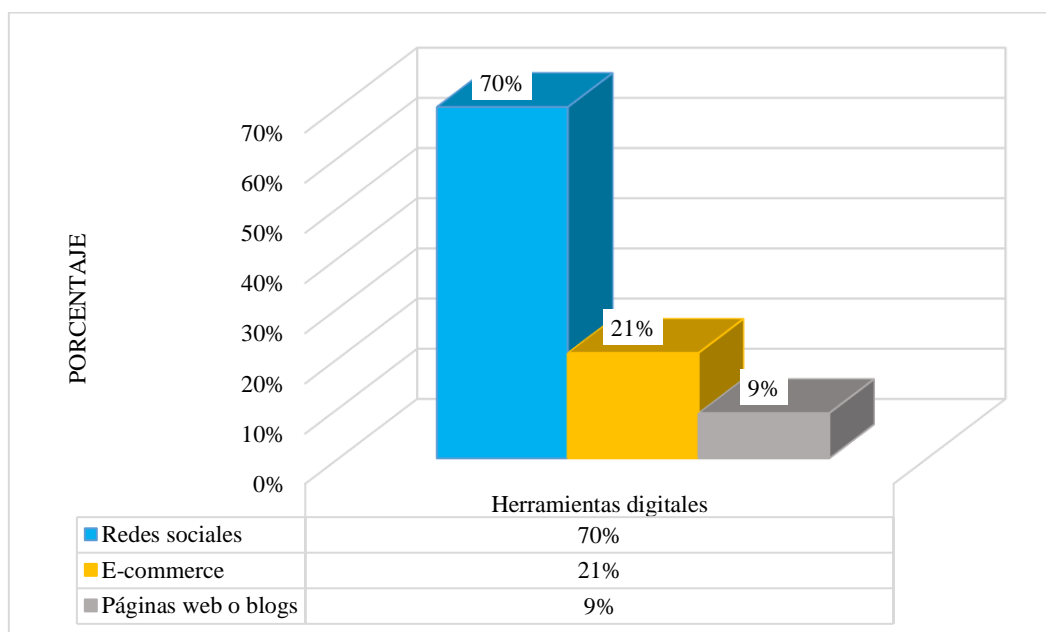
En esta investigación se utilizó el muestreo por conveniencia donde se seleccionó 100 pymes de las 592 PyMES en total y que pertenecen a las diferentes actividades comerciales. Entre las 100 PyMES optadas, 85 empresas pertenecen a las PyMES pequeñas y 15 PyMES representan a la clasificación del grupo de las empresas medianas, de esta manera se logró distribuir a las PyMES para la aplicación de las encuestas en las PyMES del sector comercial de Chone.

RESULTADOS

Identificar las herramientas digitales que aplican las PyMES como estrategias de innovación empresarial.

Gráfico 4

Herramientas digitales implementadas como estrategia de ventas

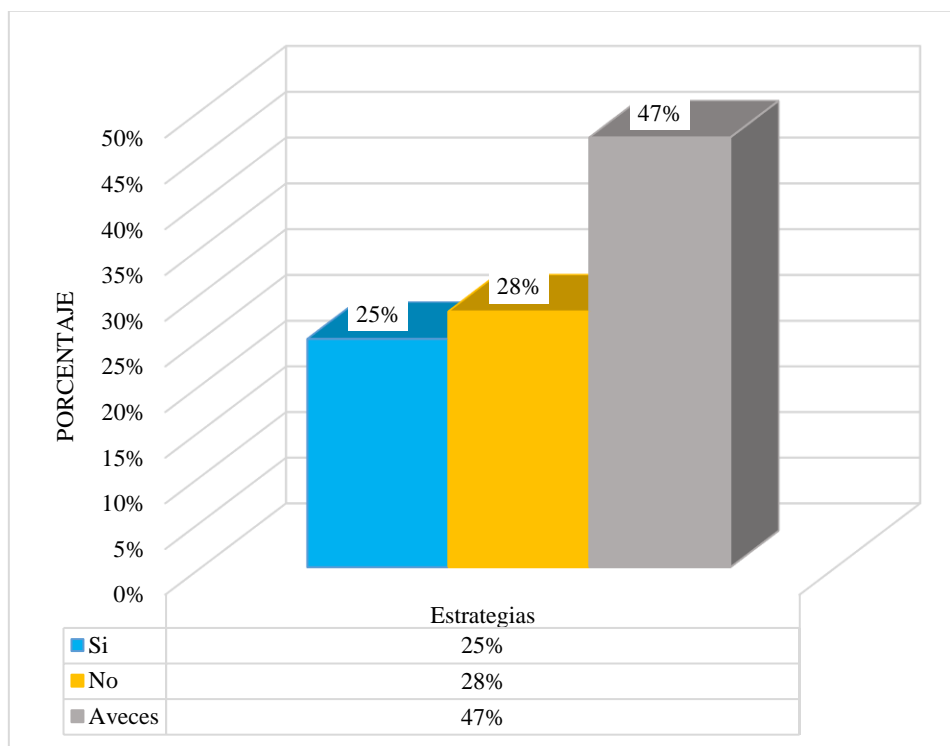


Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

Esta investigación que se realizó en la ciudad de Chone enfatizó las herramientas digitales como estrategias de ventas. Cabe resaltar que la actividad comercial es la compra y venta de productos/servicios para satisfacer las necesidades del consumidor. Según el gráfico N°13 muestra que las redes sociales es la herramienta digital más utilizada con un 70%, seguido por el *E-commerce* con un 21% y apenas un 9% de los encuestados aplican páginas *web o blogs*. Cabe manifestar que en este sector comercial hay eficiencia del uso y aplicación de las herramientas digitales.

Gráfico 5

Estrategias actuales de las PyMES aplicada como innovación digital

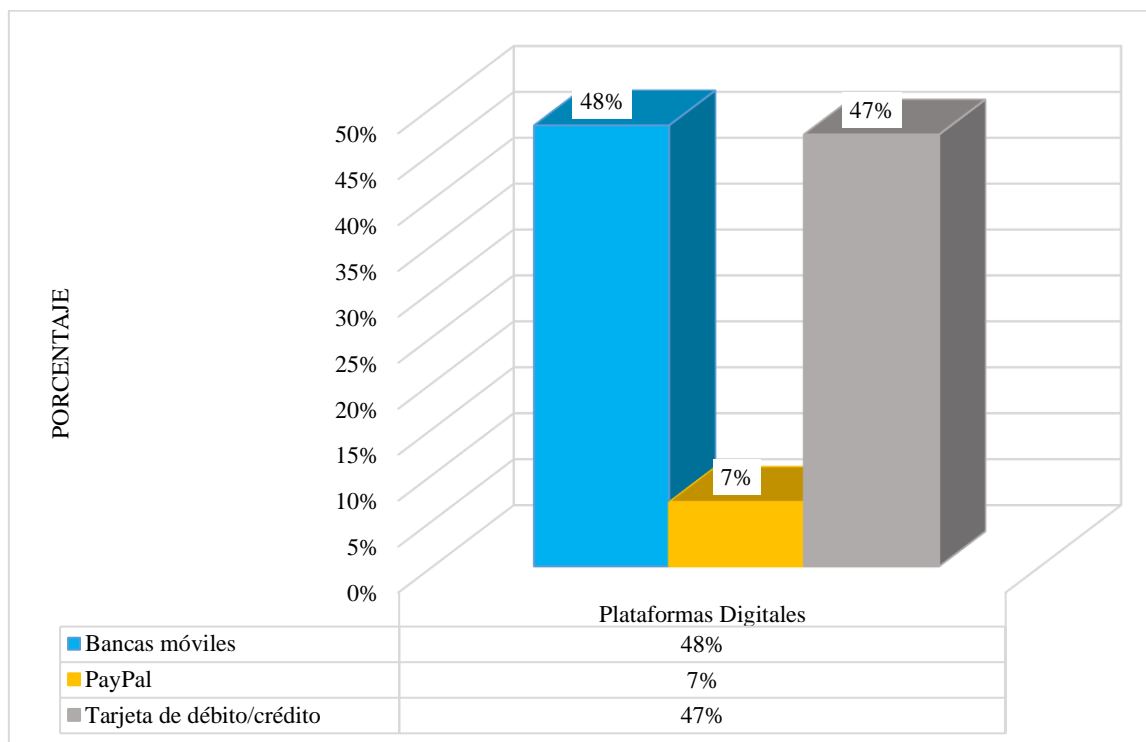


Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

En conformidad a la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas se dio a conocer que la estrategia que actualmente está utilizando en la actividad comercial si tiene conexión con las herramientas digitales considerada como factor clave del éxito lo que corresponde el 25% mientras que un 28% representa a que no está vinculada y un 47% considera que a veces si están vinculada para aumentar sus ventas. La estrategia actual de las PyMES en aplicar las herramientas digitales es un factor muy importante debido a que esta estrategia fortalecerá la conexión con el cliente.

Gráfico 6

Plataformas de pagos



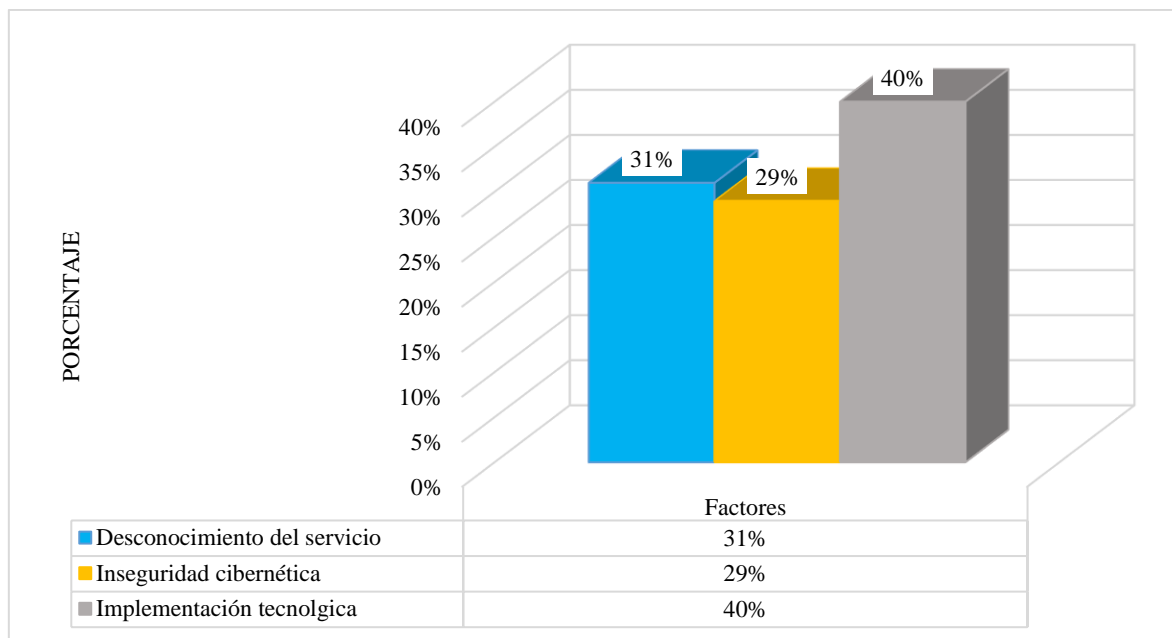
Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

Las plataformas de pago es una manera de hacer más eficiente un negocio de forma segura y confiable, el gráfico N°15 muestran las plataformas de pagos que utilizan los clientes, los propietarios de las PyMES comerciales mencionan que las Banca móviles es la plataforma más utilizada con un 48%, seguido por la siguiente plataforma tarjeta de débito/crédito siendo representada con un 47% y por último la plataforma menos utilizada es PayPal con 7%. Las PyMES del sector comercial posee diferentes maneras de pago, para brindar mejor comodidad, seguridad y preferencias del cliente y diferentes estratos socioeconómico.

Determinar cómo afectará la innovación digital al modelo de negocio de las PyMES del sector comercial.

Gráfico 7

Factores que impiden el uso de las herramientas digitales

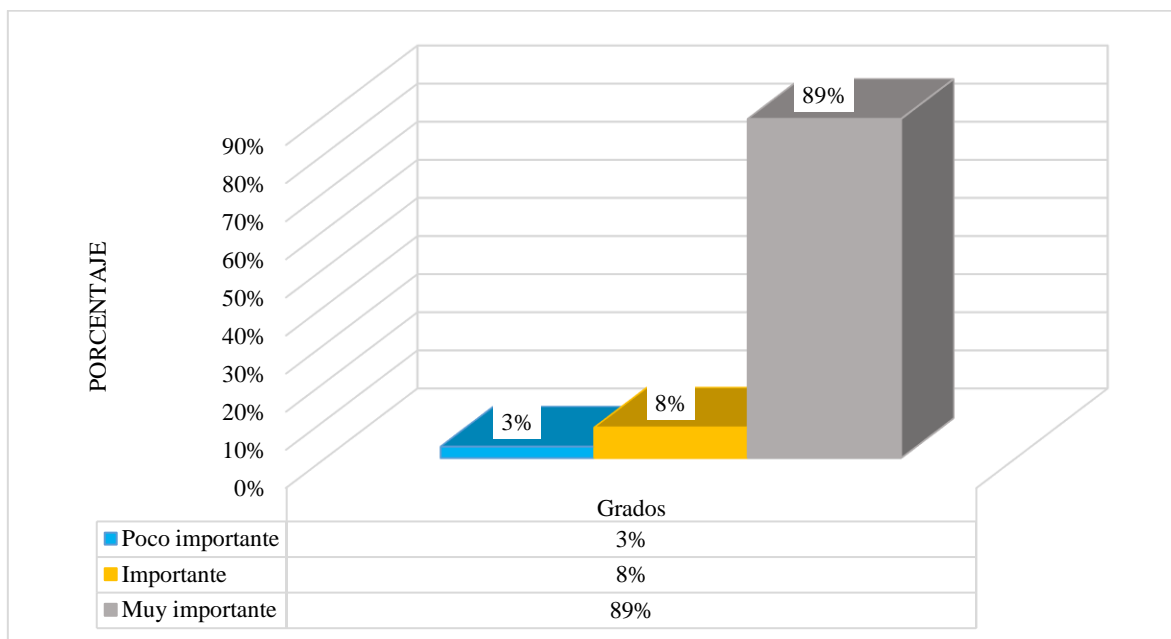


Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

Según la repuestas de los propietarios, el factor que más impide para aplicar estas herramientas digitales es la falta de información o desconocimiento del servicio representando por el 31%, seguido por el manejo de tecnologías que impide el uso de las herramientas digitales con un 40% y el último factor es la inseguridad cibernética con un promedio de 29%. Cabe resaltar que la escasa de información acerca de las herramientas digitales impide a las PyMES comerciales puedan hacer uso de estas herramientas para poder enfrentarse en el mercado.

Gráfico 8

Grado de importancia de la innovación digital

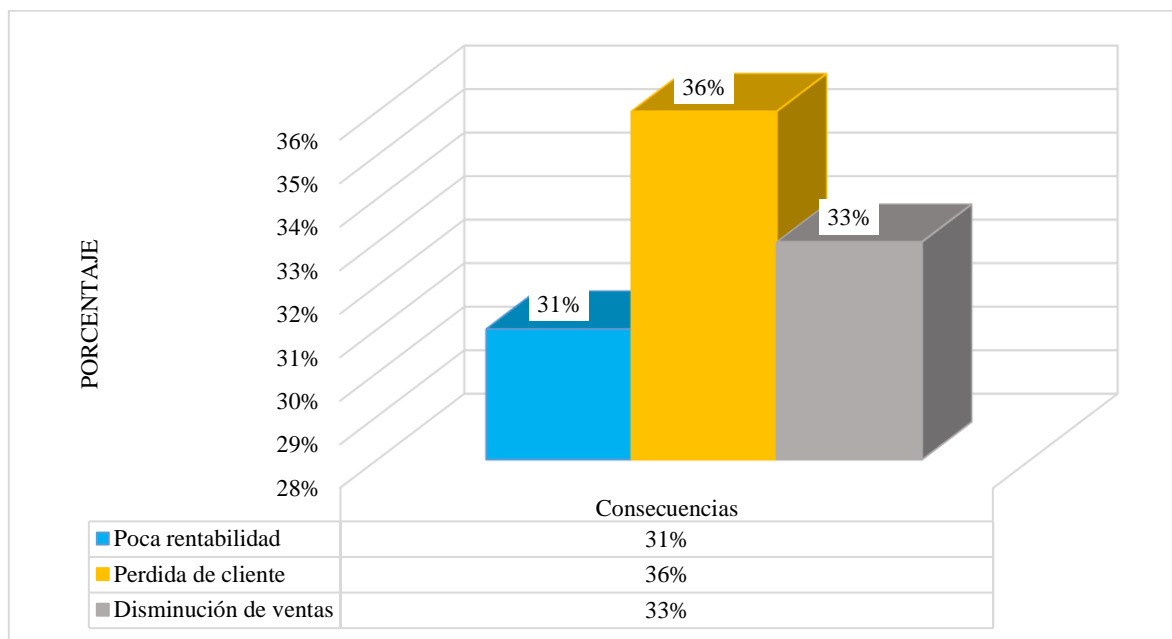


Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

La innovación digital es clave del crecimiento de las empresas, de acuerdo con los encuestados el 89% de los propietarios considera que la innovación digital es muy importante dentro del sector comercial mientras que 8% lo consideran solo importante y un 3% representa que es poco importante. Cada día la innovación digital se centra más dentro del mercado convirtiéndose en una gran herramienta fundamental para las PyMES que está ayudando a tener una mejor conexión con el cliente.

Gráfico 9

Consecuencias de la innovación digital



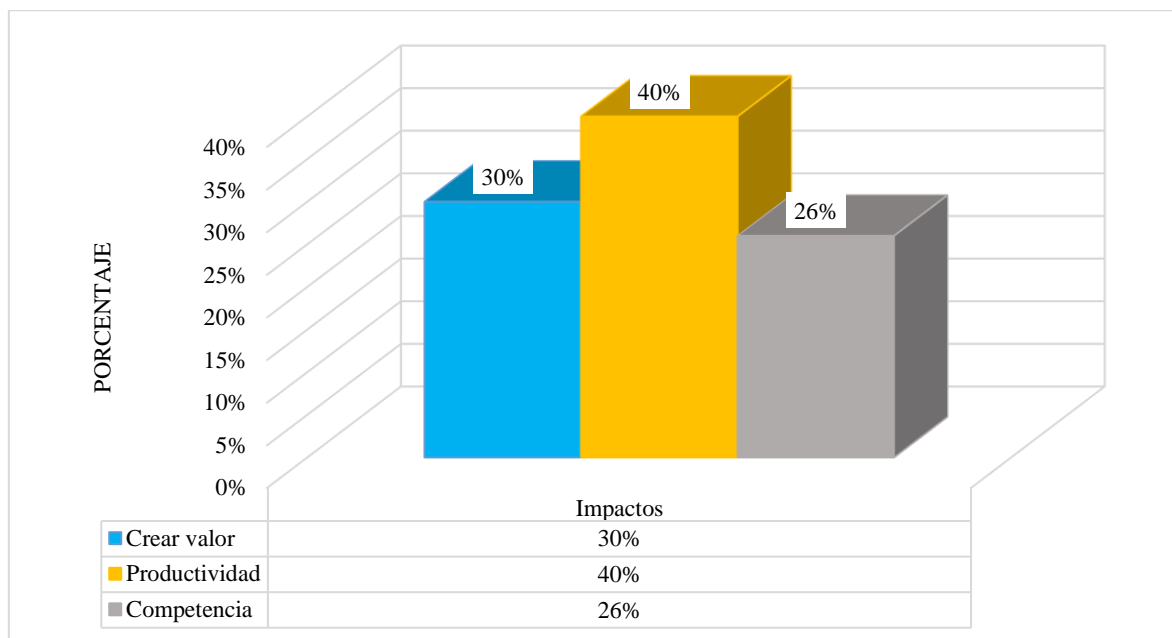
Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

Los propietarios de las PyMES comerciales que fueron encuestados consideran que una de la consecuencia principal por no estar actualizado sería la pérdida de clientes con un promedio de 36%, seguido por disminución de ventas con 33% y por último rentabilidad con un porcentaje de 31%. Hoy en día se busca la facilidad de tener un bien/servicio sin necesidad de trasladarse y quienes no acudan a esta innovación digital sería una gran desventaja para las PyMES comerciales.

Evaluar el impacto de la innovación digital en las PyMES del sector comercial en la ciudad de Chone.

Gráfico 10

Impactos de la innovación digital al modelo de negocio

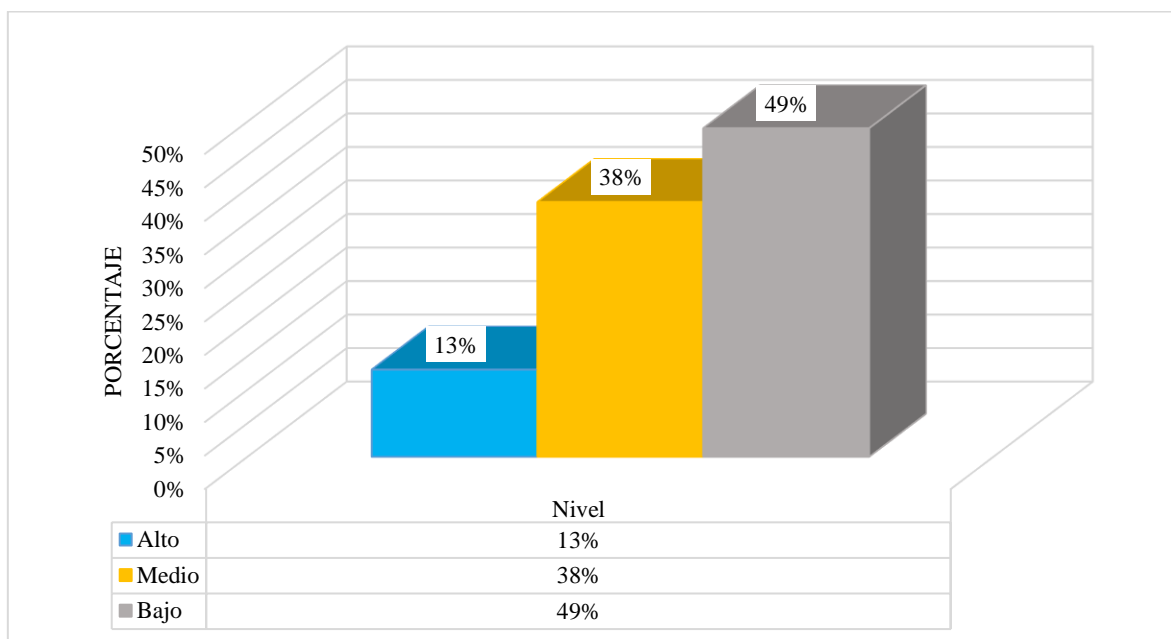


Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

Mediante el modelo de negocios es la forma de captar a sus clientes, el 40% de los propietarios de las PyMES del sector comerciales considera que impactará la productividad de las PyMES, seguido por otro impacto que considera que es el de crear valor para las PyMES con un 30% y por último la competencia que cada esta más fuerte dentro del mercado con un promedio de 26%. Los encuestados enfatizan que la evaluación rápida que se vive de la innovación digital está dando un impacto directo a las PyMES.

Gráfico 11

Nivel de eficiencia y eficacia de las PyMES comerciales

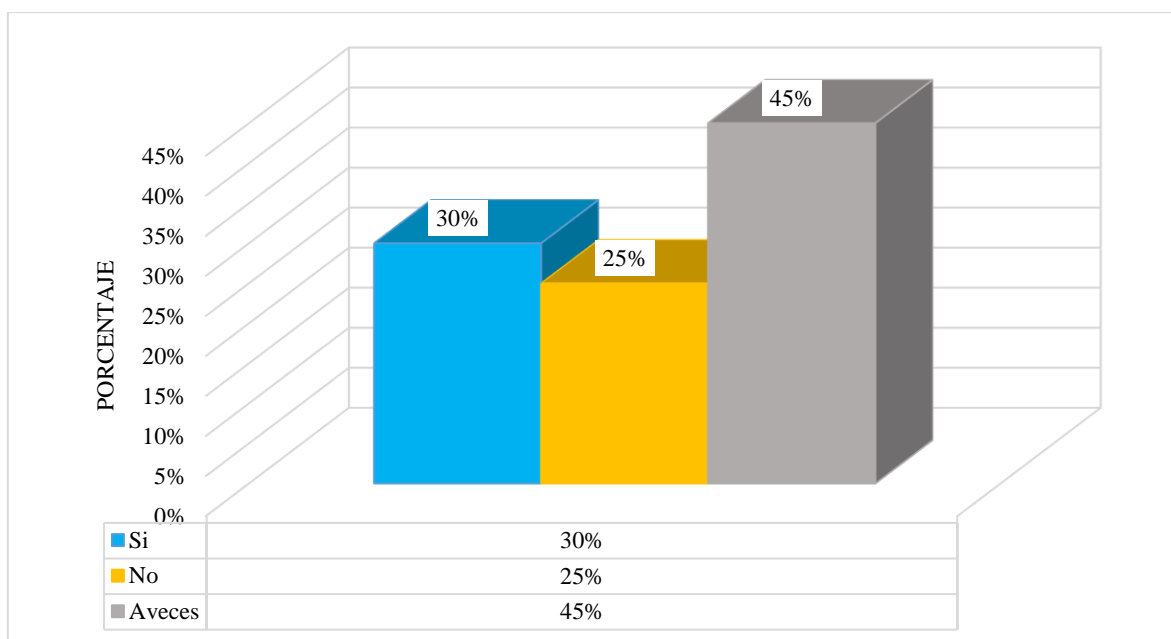


Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

Las PyMES comerciales poseen un nivel bajo en información y necesita de una orientación para evitar desventaja en la competencia, En el gráfico N°20 se muestra que los encuestados poseen un nivel bajo con un 49% del total, el 38% de los propietarios que son de nivel medio y un 13% expresan que son de nivel alto. Es importante manifestar que se hace una referencia al nivel de eficiencia y eficacia de las PyMES comerciales de las diferentes actividades.

Gráfico 12

Rubros económicos para invertir en innovación digital



Fuente: Encuesta aplicada a propietario de las PyMES comerciales de Chone, (2022)

El gráfico 12 muestra que un 45 % a veces si se ha visto en la necesidad de invertir económicamente, mientras que un 30 % representa que con normalidad si se llegó a invertir, un 25 % consideran que no es necesario invertir. Los propietarios mencionan que durante la pandemia del COVID-19 si tuvieron que invertir para hacer publicidad de ventas porque desconocían el uso de las herramientas digitales.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Componente 1: Las herramientas digitales que aplican las PyMES como estrategias de innovación empresarial.

En base a los resultados, se identificó que, en la ciudad de Chone, las PyMES deciden aplicar la innovación digital como estrategia de venta y llegar hacia el cliente de una forma innovadora siendo más rápido y flexible.

Aplicar la innovación digital se ha convertido en unos de los grandes retos para las PyMES, el cliente busca optimización de tiempo, necesita indagar nuevos productos/servicios de una forma más ágil sin necesidad de trasladarse.

Durante la pandemia del COVID-19, las PyMES se vieron obligados adaptar la innovación digital para la sobrevivencia dentro del mercado para evitar mayores pérdidas económicas o cierre del negocio.

Como manifiesta Vargas Soto & Rosas, (2014) “Las Pymes están sólidamente vinculadas al proceso de innovación, ya que suelen ser más flexibles que las grandes empresas ante los grandes cambios”. Así como expone (Vélez X. & Ortiz, 2016) “La innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora. El emprendedor innova mediante la introducción de ideas o la mejora de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios ”

El uso de estas herramientas digitales instituye un valor estratégico para las PyMES, a través de las redes sociales en el cual se crea canales de ventas con un contacto más directo con el cliente, la forma de efectuar el comercio electrónico que le permite a las pequeñas y medianas empresas PyMES a restablecer su imagen y ampliar su visibilidad con el cliente.

En este contexto, las PyMES del sector comercial, considera necesario las herramientas digitales, se ha convertido en un elemento cotidiano de las personas del día a día de estar informando a través de estas herramientas y por la falta de tiempo o distanciamiento solicitan sus productos/servicios de una manera rápida y segura.

Componente 2: Cómo afectará la innovación digital al modelo de negocio.

La innovación digital está circulando más allá que una tecnología, si no que se está enfocado en darle un elemento de innovación digital al modelo de negocios.

No se trata de estar al día con la tecnología, sino que la innovación digital tratar de modificar o rediseñar al modelo de negocio en consecuencia de cómo está avanzado ligeramente la tecnología digital dentro del entorno empresarial. La incorporación de la innovación digital al modelo negocio, es la creatividad y la innovación a las nuevas interpretaciones dentro de la empresa y el entorno.

La innovación digital afectará al modelo de negocios, ya que se la considera una herramienta necesaria para el plan de negocios en el cual crea, capta y entrega valor a sus clientes.

De acuerdo con el informe del periódico El Economista, la Universidad Anáhuac detalla “Innovar al diseñar un modelo de negocios te permitirá estar un paso adelante de tu competencia, pues si en el futuro surge algún modelo de negocio nuevo al cual tu empresa pueda adaptarse, tendrás un camino ya recorrido y no iniciarás de cero” (Rodríguez, 2022).

El modelo de negocio necesita de la innovación digital es una clave esencial para la sobrevivencia en el mercado, sin embargo, después de la pandemia, varios negocios se vieron en la necesidad en adquirir las herramientas digitales, este nuevo reto que la

digitalización fue una herramienta principal en medio de la pandemia para continuar dentro del mercado y atendiendo las exigencias del cliente.

Sin embargo, varias PyMES no pueden definir de una manera efectiva el modelo de negocios, mientras tanto otras PyMES se identifica con el modelo de negocio tradicional y pocas PyMES se han establecido en el modelo de negocios innovador

Componente 3: El impacto de la innovación digital en las PyMES.

Las pequeñas y mediana empresas PyMES son de suma importancia para el desarrollo del país, se evaluó el impacto de la innovación digital en las Pymes del sector comercial.

Se pudo establecer que la mayor parte de las PyMES a veces toman en cuenta que la innovación digital como un factor clave del éxito, principalmente por desconocimiento del servicio. Este es motivo por la cual, en la actualidad, son pocas las PyMES que emplean este criterio como parte de sus estrategias de competitividad.

Las PyMES tuvieron un impacto directo por la innovación digital durante la pandemia del covid-19, que de acuerdo con los propietarios debieron invertir económicamente para adquirir las herramientas digitales, por motivo de que había un desconocimiento del servicio.

No obstante, los propietarios afirman que el cliente se ha adaptado adquirir sus productos/servicios a través de las diferentes herramientas digitales, pero la evolución que está teniendo la innovación digital día a día dentro del entorno empresarial.

Como expresa el artículo Sarango, (2022) la pandemia por COVID-19 ha forjado un impacto significativo y promovió una desestabilización socioeconómica a nivel local y nacional en la vida de los ciudadanos, especialmente en los sectores

comerciales, por lo tanto, el estudio y aporte a las Pymes ecuatorianas, aquellas que aportan PIB y el 70% de empleabilidad de la PEA, es sustancial.

En este contexto, mediante la situación que se vivió por la pandemia se considera que ha causado una aceleración digital y que ha cambiado el paradigma de las PyMES, ahora se ve una evolución en la innovación digital, además se ve un cambio cultural, donde la tecnología se convierte en una ventaja competitiva con excelentes oportunidades.

Los impactos ocasionados por la digitalización en los negocios e industrias, es un hecho presenciado, sin importar las actividades de las mismas, según el artículo por Figueroa, (2022) para ellos es necesario realizar inversiones consecuentes en instrumentos digitales, dejando atrás los mitos de que el uso de medios digitales son los más económicos, ya que no solo es el uso de recursos para el post, sino prestar especial atención y actualización constante de contenidos.

La innovación digital se ha visto acelerada durante la pandemia, las PyMES han adoptado por las herramientas digitales, mientras que el personal desarrolla nuevas habilidades para adaptarse a estos nuevos tiempos de digitalización que ahora es una prioridad.

CONCLUSIONES

Conforme con los resultados obtenidos en la investigación se logró las siguientes conclusiones:

OE1: Las pequeñas y medianas empresas (PyMES) comerciales son muy importantes porque construye a la sociedad y al país, sin embargo, el cambio constante de la innovación con el conjunto de herramientas digitales se está convirtiendo en un instrumento esencial para el éxito comercial, mientras tanto otros negocios presentan problemas en aplicar estas herramientas digitales.

OE2: La innovación digital es importante dentro del modelo de negocio ya que se crea una ventaja competitiva sostenible, las herramientas digitales si han afectado al modelo de negocio, el 89 de las PyMES encuestadas consideran que la innovación digital es muy importante dentro el modelo de negocio. El objetivo principal de la innovación digital es rediseñar el modelo de negocio con la incorporación de las herramientas digitales para mejorar la eficiencia de los procesos y la productividad.

OE3: De acuerdo con los resultados obtenidos de la investigación, la innovación digital ha impactado a las PyMES del sector comercial del cantón Chone, en la crisis sanitaria se pudo confirmar un impacto está acompañado de varios beneficios para las empresas mejorando así el desempeño y el rendimiento interno y obtener una mejor relación con el cliente.

Bibliografía

- Aguirre, E. C. (2021). *Propuesta de Transformación Digital e Innovación para las Empresas. Tesis Ingeniería. Universidad Santo Tomás. Bogotá D. C.*
 Recuperado el 07 de Enero de 2021, de
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/34911/2021EdgarCasta%20B1eda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aspiazu, S. (2019). Clasificación de la actividad comercial del sector comercio. *Scielo*.
 Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100272
- Baena, P. G. (2017). Metodología de la Investigación. *Retrieved from*, 31. Obtenido de
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Escamilla, M. D. (s.f.). *UAEH Fundamentos de la investigación*. Obtenido de
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Gálvez Albarracín L & García Pérez, D. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la mipyme. Obtenido de
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n122/v28n122a02.pdf>
- Jervis, T. M. (27 de agosto de 2020). Investigación descriptiva. *lifeder*. Recuperado el 07 de Enero de 2022, de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Llorente & Cuenca. (2016). Transformación Digital. *UNO24*. Obtenido de
<https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2014/04/UNO24.pdf>
- Morales, E. (2020). *TOMI*. Obtenido de https://tomi.digital/es/77925/metodo-estadistico?utm_source=google&utm_medium=seo
- Quezada, R. C. (2015). Gestión financiera de las PYMES del sector comercial en la

ciudad de Cuenca, y su impacto en el desarrollo socio economico de la población. Tesis de Ingenieria. Universidad de las Fuerzas Armadas. Sangolquí.

Obtenido de

<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/11361/T-ESPE-049029.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez, E. M. (Agosto de 2022). Innovar o morir. Importancia de la innovación en el modelo de negocios . *El Economista* .

Samaniego, M. J. (2019). La productividad en las pequeñas y medianas empresas del sector comercial en el periodo 2017-2018. Tesis Ingenieria de Administracion de empresas . universidad Catoolica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil.

Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13636/4/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-538.pdf>

Uriarte, J. M. (Marzo de 2020). Método Deductivo. Recuperado el 07 de Enero de 2021, de <https://www.caracteristicas.co/metodo-deductivo/>

Vélez X. & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: una aproximación teórica. *Revista Dominio de las Ciencias*. ISSN: 2477-8818 Vol. 2, núm. 4,.

Vesga, R. (s.f). *Emprendimiento e innovación: ¿qué nos está haciendo falta?* Obtenido de <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Cuestionario de encuesta aplicada a los propietarios de las 100 PyMES del sector comerciales en la ciudad de Chone.

Objetivo: *Analizar la innovación digital en las PyMES del sector comercial y su impacto en el crecimiento en la ciudad de Chone.*

- 1. ¿Cuáles son las principales herramientas digitales que usted utiliza para implementar como estrategia de ventas?**

Redes sociales

E-commerce

Páginas web o blogs

- 2. ¿La estrategia actual de las PyMES comerciales tiene énfasis a la innovación digital como factor clave de éxito?**

Si

No

A veces

- 3. ¿Cuál son las plataformas de pagos que utilizan con más frecuencia los clientes para realizar sus compras en las PyMES comerciales?**

Bancas móviles

PayPal

Tarjeta de débito/crédito

- 4. ¿Qué factores que inciden para al no poder aplicar las herramientas digitales?**

Manejo de tecnología

Inseguridad cibernética

Desconocimiento de servicio

5. **¿Qué grado de importancia tiene la innovación digital en el modelo de negocio de las PyMES del sector comercial?**

Poco importante

Importante

Muy importante

6. **¿Qué consecuencias causas en las PyMES comerciales al no actualizarse en innovación digital?**

Poca rentabilidad

Perdida de cliente

Disminución de ventas

7. **¿Cómo impactara la innovación digital al modelo de negocio de las PyMES del sector comercial?**

Modelo de negocios

Productividad

Competencia

8. **¿Cuál es el nivel de eficiencia y eficacia de las PyMES comerciales en innovación digital?**

Alto

Medio

Bajo

9. **¿Actualmente la Pymes comercial destina algún rubro económico para la innovación digital?**

Si

No

A veces

Anexo 2: Fotografías de la investigación

Imagen 1
Comercial Mega Todo



Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de las PyMES del sector comercial, Chone (2022)

Imagen 2
Comercial "Al costo"



Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de las PyMES del sector comercial, Chone (2022)

Imagen 3
Ferretería "JJ"



Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de las PyMES del sector comercial, Chone (2022).

Imagen 4
Distribuidora "MORÁN"



Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de las PyMES del sector comercial, Chone (2022).

Imagen 5

Vista exterior comercial "ChonePac"



Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de las PyMES del sector comercial, Chone (2022).

Imagen 6

Vista exterior de casa comercial "DELGADO"



Fuente: Encuestas realizadas a los propietarios de las PyMES del sector comercial, Chone (2022).