



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA EN SISTEMAS

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN SISTEMAS

TEMA:

**IMPACTO DEL E-COMMERCE Y LA INCIDENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS PYMES EN
LA CIUDAD VINCES DURANTE EL PERIODO 2020-2022**

EGRESADO:

EDINSON RICARDO LEÓN JUNCO

TUTOR:

ING. HARRY ADOLFO SALTOS VITERI

AÑO 2022

INTRODUCCIÓN

En la actualidad sin duda el uso de la tecnología se está incrementando a pasos agigantados y no para de innovar en diferentes aspectos, el comercio no es la excepción ya que día a día se están desarrollando nuevas plataformas digitales, y las pymes que no hacen uso de estas plataformas se pueden ver reducidos ante la competencia y por lo tanto sus posibilidades de éxito en el mercado se pueden ver minimizados significativamente, en la ciudad de Vinces se determina que para emprender es fundamental implementar los emprendimientos a través del comercio electrónico.

Si se desea dar una definición sencilla del comercio electrónico se puede decir que es cualquier tipo de transacción comercial en la cual tanto el vendedor y el cliente interactúan electrónicamente sin necesidad del contacto físico. También se puede definir al comercio electrónico como el uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones que promueven transacciones de productos ofertados por las empresas. Sin embargo, si se desea adentrarse más en el tema esta afirmación no abarca totalmente el significado de comercio electrónico, el cual proviene de la necesidad de evolucionar la forma de hacer negocios. (Malca, 2001, pág. 33)

La tecnología reduce significativamente el tiempo empleado en la búsqueda de un servicio o un producto en general, incluso la comparación de precios entre un mismo producto ofertado por distintos vendedores es mucho más rápida. Esto trae como consecuencia el incremento de la competencia, lo cual obliga a los comerciantes a implementar nuevas dinámicas dentro del mercado.

Las posibilidades generadas por el uso de las tecnologías en la industria del comercio son realmente increíbles para la mayoría de los negocios, ya que hace posible acceder a un campo más amplio y posiblemente realizar una venta a un cliente que antes solía ser inaccesible por distintos motivos. Sin embargo, esto no puede ser tan bueno como se logra ver a primera impresión ya que también puede generar problemas de forma indirecta, por el mismo hecho que, ahora la competencia también tiene acceso a las mismas posibilidades de las cuales antes no disponía, y si utiliza las herramientas de forma correcta su éxito se verá reflejado rápidamente.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación tiene la intención de identificar los distintos aspectos que intervienen en la toma de decisión de los comerciantes y consumidores de la ciudad de Vinces a adentrarse al mundo de la tecnología y realizar transacciones de compra y venta por medio de internet, y analizar los pros y contra que representa el uso del comercio electrónico.

La línea de investigación para el desarrollo del presente trabajo, se relaciona con la investigación de sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, y en la sublínea de investigación que comprende las redes y tecnologías inteligentes de software y hardware.

DESARROLLO

El uso de las tecnologías está experimentando un cambio significativo en la forma de hacer comercio y se estima que las pymes que quieran aumentar su eficiencia y oportunidades tarde o temprano van a tener que interactuar y ofrecer sus servicios o productos por estos medios electrónicos, la expansión de las redes sociales es un factor que interviene y que ha potenciado el uso del comercio electrónico en el país, otro factor causante del incremento en el uso de las

tecnologías es la emergencia sanitaria que atraviesa la población mundial causada por el coronavirus. Este último factor mencionado obliga a que las empresas de la ciudad de Vinces busquen nuevas formas de desarrollo y recuperar su posicionamiento a raíz del aislamiento.

La economía se ha visto afectada a nivel global de formas inimaginables por la enfermedad causada por del covid-19, incluso en las principales potencias mundiales se ha interrumpida la producción, y la falta de productos ha puesto en jaque las cadenas de suministro, esto conlleva a las empresas a reducir sus operaciones en el mercado. Con todos estos factores involucrados las pymes son las más vulnerables a superar este desafío, ya que en su gran mayoría dependen de medios tradicionales de ventas y publicidades.

Tras el incremento del uso de las tecnologías en la población ecuatoriana las pymes han visto la posibilidad de reinventarse la forma de funcionamiento y afrontar nuevas técnicas para comercializar sus productos, la migración a los medios digitales es el camino para lograr esta meta, este cambio está generando que las transacciones clásicas que se solían hacer de acuerdo a las que se estaban acostumbrado, den el salto y pasen a ser transacciones de carácter tecnológico. Lo cual está generando que las pymes entiendan que la transformación digital está dejando de ser una opción para generar más productividad a ser un requisito para subsistir.

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación y el comercio electrónico pueden generar un sin número de posibilidades a una organización, tales como agilizar la expansión del stock de artículos ofertados, la mejora de respuesta inmediata a la demanda, una mejor relación con clientes y distribuidores, incluso ayuda tener una mejor relación con el cliente.

Para las pymes es importante incorporar los tics a sus estrategias de marketing para así lograr ser más productivas y así mejorar el nivel de eficiencia, puesto que logrando su

modernización puede generar mejoras en la funcionalidad, tomando en cuenta como por ejemplo publicidad o logística de distribución.

Con el uso de las tecnologías en las pymes los procesos de ventas se optimizarán lo cual conlleva a necesitar menos personal, por lo tanto, el capital de la empresa sería mayor, y de esta forma se puede destinar el dinero a otras técnicas de mercadeo, incluso generaría la opción de ofrecer sus productos a un costo más bajo o a implementar metodologías de publicidad para el establecimiento.

En los tiempos actuales la tecnologización de un local comercial es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta debido a la gran expansión del uso de internet, para lograr llegar a un grupo mayor de personas sin duda la mejor opción es estar en la red, ya sea en mercado libre, Instagram o Facebook, el uso de estas tecnologías gratuitas permiten a las pymes tener mayor probabilidad de éxito en sus ventas. Estas técnicas podrían ayudar a estar un paso delante de la competencia teniendo acceso a un nicho de mercado más amplio dado que últimamente la mayoría de personas hace uso de alguna red social lo cual permite una infinidad de oportunidades de interactuar con posibles clientes.

En este caso de estudio, se usaron entrevistas de preguntas abiertas como instrumento de investigación para la recolección de datos, estas representan una acción metodológica de tipo inductivo, ya que proviene del análisis puntual a una idea de resultados lo cual va de la mano con las teorías aquí planteadas. A continuación, se presenta el análisis relacionado con el ecommerce y el uso de las tecnologías en las pymes en la ciudad Vinces durante el periodo 2020-2022, desde el punto de vista de profesionales.

Cuando se entrevistó en lo relacionado a: ¿Por qué cree usted que es importante tener conocimiento de las herramientas Tics para la gestión de una empresa?

El Ing. Calvopiña responde lo siguiente: Ante las exigencias de un mundo globalizado es prácticamente esencial el dominio, gestión y difusión de la tecnología de la información y comunicación ya que por medio de estas satisfacemos muchas tareas en nuestro diario vivir como es el trabajo, estudios, comunicación, etc.

De igual forma el Ing. Robles manifestó que:

Por supuesto que sí, estas nos serían de mucha ayuda en varios aspectos de nuestra vida no solo cotidiana, sino laboral, ya que el mundo está experimentando una evolución tecnológica y las empresas necesitan de estas tecnologías para destacar.

Al realizar la pregunta con respecto a: ¿Cuáles son los principales componentes para lograr con éxito la transformación digital en una pyme?

El Ing. Calvopiña manifestó que: Estar debidamente capacitado, es decir, saber cómo y cuándo emplearlas adicional a esto debemos estar en constante actualización de conocimientos ya que la tecnología está en constante actualización.

De igual forma el Ing. Robles manifestó que:

Entre los más importantes considero que se destacan los de agilizar y mejorar los procesos y una unidad por igual de los involucrados en dicha transformación también hay que entender todo el cambio que puede generar este tipo de transformación.

Cuando se entrevistó en lo relacionado a: ¿Cree usted que la tecnología debe estar presente en todos los aspectos de nuestra vida diaria?

El Ing. Calvopiña fundamento que, efectivamente ya que por medio de la tecnología podemos cumplir con actividades que demandan tiempo, pero con la tecnología se los facilita como son el pago de servicios básicos, realizar compras, obtener una cita con nuestro médico, realizar teletrabajo, telestudio.

De igual forma el Ing. Robles manifestó que:

En varios aspectos de nuestra vida cotidiana si es útil, pero no creo que se deba usar en todo lo que hacemos cotidianamente, ahora si a lo que nos queremos referir es a una relación laboral, creo que, sí es muy útil porque nos ayuda a optimizar procesos, o a llegar a interactuar con una comunidad más amplia si hablamos del mundo de los negocios.

Al realizar la pregunta con respecto a: ¿Desde su punto de vista qué ventajas tiene el uso del e-commerce en las pymes?

El Ing. Calvopiña expresó que, la principal ventaja es la de optimizar el tiempo ya que al ser virtual nos ahorra el tiempo que gastarías en tener que trasladarnos al espacio físico donde se encuentra el bien que queremos adquirir.

De igual forma el Ing. Robles manifestó que:

Creo que dentro de las principales ventajas que tenemos, es que se puede llegar a un público que esté fuera del sector en el cual tengamos nuestro negocio, por lo tanto, los productos pueden llegar hasta diferentes sectores del país sin necesidad de que los clientes acudan a un establecimiento físico.

Cuando se entrevistó en lo relacionado a: ¿Cuáles son los factores que complican la implementación y el uso de las tecnologías en las pymes?

El Ing. Calvopiña manifestó que, el no ser nativos digitales lo puede complicar como también el acceso a la tecnología y al Internet son aspectos que impiden muchas veces la implantación de las tecnologías para alguna actividad en nuestro diario vivir.

De igual forma el Ing. Robles manifestó que:

Uno de los principales factores es el escaso conocimiento que tienen las personas de las herramientas de comercio electrónico y también el poco conocimiento que existe del uso de las tecnologías.

Según resaltan los entrevistados para una pyme independientemente a la actividad comercial a la que esté orientada, en cualquier aspecto es de fundamental importancia tener el control completo sobre sus actividades a realizar dado que estas son parte fundamental de cualquier negocio, como ejemplo se toma que, una empresa sin tener claras las actividades que debe realizar no podría operar puesto que los encargados no realizan los procesos necesarios a seguir por la cantidad de tiempo que demandan, por lo tanto la implantación de herramientas de tecnología necesaria ayuda a una institución a optimizar sus labores ayudando a que exista un mayor control sobre la empresa.

Es fundamental la recopilación teórica relacionada a este caso de estudio por ende se realizó una investigación de fuentes bibliográficas confiables para fortalecer la base del presente caso de estudio.

El Comercio electrónico es el proceso de realizar una transacción de productos, servicios o información por medio de la utilización de internet. Este medio representa una infinidad de variedades para la adquisición de servicios o bienes ofrecidos ya sea por proveedores en distintas partes del mundo que nos rodea. Las adquisiciones de productos o servicios por internet resultan

atractivas por las grandes facilidades y comodidades que existen para realizar estas transacciones. Las distintas metodologías de transacciones de bienes o servicios en la antigüedad dieron paso a la aparición del uso del dinero y las vías aéreas suplantaron a las grandes caravanas de camellos y a las vías de navegación antigua hasta lograr llegar a la actualidad, en la que prácticamente han desaparecido, las variables de espacio y tiempo, así cualquier persona del tiempo y del espacio determinada puede adquirir o vender productos de cualquier rincón del mundo al alcance de un clic y tan solo con tener una conexión a Internet. (Castañeda & Guerra Zavala, 2012)

Es fundamental para las empresas conocer los principales tipos de comercio electrónico que resaltan en la actualidad y a continuación se describen los principales:

Business to consumer (B2C), quiere decir de negocio a consumidor, este es el tipo de práctica normalmente usado cuando nos referimos a la venta de un producto o servicio en el ámbito de marketing. Esta táctica habitualmente, se emplea por grandes firmas comerciales que necesitan llegar de la manera más rápida y directa a un consumidor final.

En las estrategias del marketing normalmente realizadas dentro del business to consumer casi siempre suelen centrarse a situaciones en las que la cantidad de clientes potenciales es mayor. Algunas de las metas a lograr que estas firmas de B2C se plantean normalmente destacan en crear un tráfico de este público y así lograr fidelizar a los consumidores. Al tratarse esencialmente al usuario o consumidor final, se está diferenciando de otros tipos de estrategias como es el business to business, que esta esencialmente dirigido al comercio de empresa a empresa. (Galán, Economipedia, 2015)

Es mucho más común que exista una amplia sensibilidad por parte de los usuarios finales en lo que al precio trata. Por esto, con respecto al business to consumer, es muy habitual que nos

encontremos con una gran competencia entre las empresas que se disputan a un mismo grupo de clientes. En esta forma, causando que la existente fidelidad o permanencia de estos sea aún mucho más complicada. Al hablar de las principales empresas a nivel mundial en el sector del comercio electrónico como Amazon, Alibaba, Ebay lograron posicionarse e incrementar su nivel de ventas manteniendo un excelente servicio de atención al cliente.

Peer to Peer (P2P) que de acuerdo a (Bonet, 2014) las metodologías de Red entre Iguales o de Igual a Igual es uno de los modelos en los que los consumidores intercambian información entre sí.

La era de internet está revolucionando una infinidad de negocios como por ejemplo los viajes, la música, las compras a distancia, entre otros, y están dando cabida a un tipo de asociación entre personas, que pueden dar surgimiento a nuevos negocios, que hasta hace unos años eran impensables sin una conectividad a internet.

Algunos de estos modelos de asociación entre personas, están logrando generar nuevos tipos de negocios que pueden afectar directa e indirectamente a otros modelos de negocios tradicionales. Las reacciones a estos nuevos negocios más recientemente vistas son huelgas como las de los taxistas, en diversas ciudades del mundo o legislaciones, pero lo que, sí resulta innegable, es que el internet es una revolución mayor a la revolución industrial del SXVIII, la cual cambió el panorama productivo mundial, tal y como lo está haciendo actualmente internet.

Comercio electrónico C2C al escuchar el término C2C puede resultar ajeno para gran parte de personas, pero lo único cierto es que se trata de una modalidad cada día más cercana a los usuarios gracias al tráfico de las redes sociales y algunos portales web. La abreviatura C2C corresponde a 'Consumer to Consumer' (Consumidor a Consumidor), que trata de referirse al

comercio que se realiza entre los mismos consumidores. En esta transacción no existe la intervención de ninguna empresa de forma directa, pues no son estas las que proveen los productos y servicios, sino que son los mismos consumidores.

¿Cómo se puede ejemplificar el uso del comercio electrónico de consumidor a consumidor? Para mencionar uno de los más conocidos en el Ecuador podemos hablar 'Mercado Libre'. Por medio de ese portal web, cualquier persona puede promocionar sus propios productos ya sea de primera o segunda mano y coordinar entre ellos mismos con los clientes la metodología, y el día o la hora de la transacción. Entre otras webs que sirven para este mismo propósito podemos mencionar a OLX o Marketplace de Facebook.

Una de las ventajas del modelo de comercio electrónico de consumidor a consumidor es la posibilidad de poder realizar transacciones a bajo costo, en las que ambas partes pueden sacar provecho al no tener la necesidad de ningún intermediario que eleve los precios de los artículos. Los métodos de pago dependen únicamente del convenio entre las partes involucradas y, se cuenta con la posibilidad de realizar la entrega en el mismo momento de realizar el pago, eliminando así el tiempo de espera que en ocasiones puede presentarse en el comercio B2C (Business to Consumer). (Conexion ESAN, 2015)

Business to business Por medio de este se genera un tipo de comercio electrónico, en el que abarca algunos tipos de actividades en línea. Como por ejemplo las compras de bienes y servicios, en el cual se utiliza como un modo de pago distintas herramientas como las tarjetas de crédito, los distintos servicios de monederos electrónicos o los distintos servicios de pago por Internet que existen en la actualidad. Entre algunas de las principales características que se derivan de la implementación del business to business tiene relación específicamente con la

evolución que está atravesando el entorno de la red, así como su fundamental importancia en los tiempos actuales.

El business to business es un conjunto de operaciones comerciales de manera más eficaz. Debido a que estas se desarrollan entre los medios electrónicos de las empresas involucradas. Del mismo modo, esto ayuda a que la cantidad de operaciones pueda incrementar y, por tanto, contribuir a un crecimiento de las empresas. Por otra parte, el business to business contribuye a que la actividad comercial experimente cambios gracias a este aumento acelerado de una disminución de muchos valores de gestión y, por tanto, los márgenes de ganancia sean mayores para las empresas distribuidoras.

Una empresa que se identifique con un servicio B2B acepta que el grupo de potenciales clientes que pueden tener es menor al que podrían tener si se dirigieran a clientes comunes y no a otras empresas. No obstante, lo positivo de este caso es que de esta manera tienen la posibilidad de personalizar más sus productos ofertados como, por ejemplo, las estrategias de marketing utilizadas empleadas para dar a conocer sus productos.

En este aspecto, es mucho más común que, por la naturaleza de sus transacciones comerciales, mantengan relaciones de fidelidad con los clientes entre sí. De esta forma, pueden mantener relaciones comerciales con proveedores a largo plazo. Esto es muy importante para una organización dada la dificultad existente dentro de estas modalidades al momento de conseguir nuevos clientes. Es normal que las empresas se ayuden de las múltiples plataformas existentes en la red para encontrar estas relaciones comerciales. (Galán, Economipedia, 2015)

Las PYMES en Ecuador representan a las Pequeñas Y Medianas Empresas. En el Ecuador, se denomina PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas, que, en acuerdo a

la cantidad de empleados, volumen de ventas, capacidad de producción y capital sostienen características iguales a sus procesos de expansión.

No se puede definir un concepto exacto de PYMES, ya que las variables existentes de estas denominadas pequeñas y medianas empresas pueden presentar cambios de acuerdo a la economía de todo el país donde operan comercialmente. Por ejemplo, una organización cuyo volumen de ventas es \$10,000,000 anuales puede ser considerada mediana empresa en un determinado país, y empresa grande en otro país. De igual manera, una organización que conste con un único trabajador puede generar muchos más ingresos que una empresa conformada con 50 empleados si el capital social es mayor. Hablando en términos de cantidades, y de manera amplia, estas representan en promedio el 80% de los negocios de una economía. Estos porcentajes pueden ir variando en dependencia al año de investigación y su fuente de investigación. En todo caso, está claro que dicho sector de la economía es trascendental para generar empleos, desarrollo de producción sostenible, y un manejo económico sostenible. (Carrillo, 2019)

Variables de clasificación: tamaño de empresa según el volumen de ventas

Grande:	• V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
Mediana "B":	• V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
Mediana "A"	• V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
Pequeña:	• V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
Microempresa:	• V: < a \$100.000. P: 1 a 9.

Figura 1, tamaño de empresa según el volumen de ventas.

Fuente: (DSG, 2017)

Una Pyme es una empresa cuya característica principal en la mayoría de los casos es una composición familiar enfocada a la venta de servicios como: víveres, ropa, materiales y herramientas de la construcción, servicios informáticos, entre otros. Estas al ser empresas familiares el nivel de conocimientos de los dueños por lo general es bajo, ya que estas por lo general se crean por necesidad, y no por oportunidad de mercado. Los niveles de gestión que poseen son significativamente bajos en la mayoría de los casos y realizan las actividades netamente de manera empírica, por lo que es común que posean falencias que les pueden costar bastante dinero o directamente los puedan llevar a la quiebra.

Desde la perspectiva tecnológica en su gran mayoría estas empresas no están digitalizadas, sin embargo, es común ver a muchas de estas en las redes sociales. Cabe destacar que las empresas que hagan un correcto uso de estos medios por lo general pueden tener una evolución significativa y obtener la mayoría de sus ventas vía online. (Lema, 2019)

Por otro lado, se tiene la desconfianza en las operaciones digitales la cual suele ser una barrera que aún queda por superar en los ecuatorianos, sin embargo, esta ha ido evolucionando a pasos agigantados en los últimos años. Las plataformas como Uber o Cabify están ayudando mucho y están permitiendo que la población utilice más las transacciones digitales.

Desde los inicios de la pandemia la importancia de la tecnología y cómo esta ayuda en la solución de problemas ha sido un factor muy relevante, la figura 1 muestra los equipos y servicios más adquiridos por las pymes en el Ecuador.

Tecnologías más adoptadas desde la pandemia.

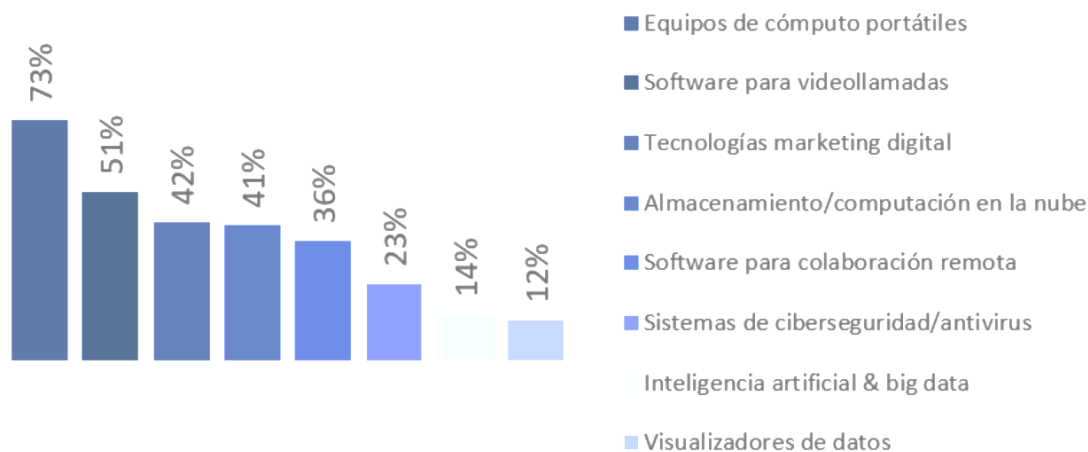


Figura 1, datos de las tecnologías más adquiridas desde el inicio de la pandemia

Fuente: (Microsoft, 2022)

Estas cifras prometen un futuro positivo en la nueva modalidad de hacer comercio online y gracias a la positiva contribución del uso de las tecnologías de la información y comunicación podría facilitar la incorporación de más pymes y lograr dar un gran salto para convertir al Ecuador en un país más productivo, incluso más competitivo a nivel mundial.

Dentro de la infinidad de avances en digitalización se tiene como principales intermediarios los dispositivos móviles o de escritorio. Dejando de lado todos los sistemas empresariales usados para dar atención al cliente final o BackOffice que utilizan en el día a día, los dispositivos hacen más fácil el acceso a distintas herramientas, algunas claramente unidas al reemplazo de tecnología vieja, y otras que sostienen mucho en el uso diario dada su capacidad de innovación; pero que de todas formas automatizan procesos que antes se solían hacer de forma manual, incluso algunos procesos que pueden ser desde el uso de una calculadora, o la realización de una llamada telefónica sin el uso de un teléfono, incluso el entretenimiento por medio de un vídeo

juegos, en el ámbito de información en un portal de noticias, no cabe duda que todos estos medios al día de hoy forman parte de nuestra vida diaria. (Almanza, s.f.)

Dejando de lado los aspectos negativos que la pandemia trajo consigo el vivir en un constante riesgo, sin duda ha forzado a ver la digitalización como el mejor aliado, lo que facilitó la demanda del uso de herramientas digitales, por lo tanto, a más usuarios de la tecnología, más consumidores potenciales se tendrá para un negocio.

En un entorno en donde el contacto personal es limitado, el contar con las herramientas digitales adecuadas abre las puertas a muchas posibilidades, las cuales permiten a la tecnología seguir por un camino que en Latinoamérica podría haber tomado mucho tiempo en adoptarse, el tener al alcance un catálogo digital en el cual se puede mostrar los productos o servicios disponibles, sin limitarnos a un área específica es adecuado para llegar mejor a un grupo de personas, la cual puede ayudar a posicionarnos en las cada día más actualizadas estrategias de marketing digital, no cabe duda que estas posibilidades abren un canal alternativo en el que se puede llegar a un nicho de consumidores que antes nos hubiera sido imposible alcanzar.

En el mundo empresarial existen tres recursos fundamentales con los que deben contar las empresas; mismas que, en conjunto tienen el principal objetivo de cumplir con las metas de la entidad a la que está dirigida, haciendo más eficientes las operaciones comerciales.

En todo caso, contar con estos recursos no es sinónimo de llevar una buena gestión administrativa; dada la existencia de factores internos que son imprescindibles para lograr una correcta funcionalidad, tomando como ejemplo la comunicación e interacción de los mismos.

En la actualidad existen las Tecnologías de Información y Comunicación, que se definen como: sistemas tecnológicos utilizados para la interacción de la información; y en donde intervienen un emisor, un receptor y por supuesto la propia información.

Estos sistemas intervienen en la eficiencia de la comunicación entre los interlocutores, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales como la televisión, los cuales permiten la interacción entre emisor y receptor. (Sanciprian, 2018)

Ventajas y desventajas del ecommerce

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Negocio abierto 24/7 los 365 días del año	Fallos en los sitios web
Accesibilidad desde cualquier lugar	Procesos de envíos
Captación de clientes	Mercado más competitivo
Recolección de datos	El cliente no puede probar el producto antes de comprarlo

Tabla 1, principales ventajas y desventajas del e commerce

Fuente: adaptado de (UNADE, 2021)

Las principales estrategias de comercio electrónico y marketing digital para las pymes se mencionan a continuación:

Marketing en redes sociales, para comenzar a implementar una estrategia de marketing en las redes sociales, principalmente es necesario plantearse cuáles serán los objetivos a alcanzar. Cualesquiera que vayan a ser las definiciones de los objetivos, es imprescindible contar con un elemento diferenciador con el fin de posicionarse como un referente en la mentalidad del consumidor. En caso de que los objetivos no sean puntuales, resultará muy complicado medir las opciones de éxito. (Adame, 2019)

El marketing de contenido, que consiste en un conjunto de técnicas de marketing que están basadas en crear, publicar y compartir contenidos de interés para un grupo de consumidores. Los puntos principales para llevar a cabo esta estrategia de contenidos pueden ser:

Tener claramente definido el grupo de persona al cual se va a dirigir y especificar los conocimientos que se quieren transmitir al público objetivo en diferentes formatos que pueden ser como artículos de blog, guías descargables, videotutoriales, podcasts, entre otras. Con esta técnica de marketing se puede lograr trabajar todo un ciclo de compras del usuario. En otras palabras, el proceso por el que pasa un cliente desde que se da cuenta que posee la necesidad de adquirir un producto hasta el momento que finalmente decide comprar el producto para solucionarla. (Toledo, 2020)

Email Marketing, que también es conocido como emailing, este se enfoca en mandar mensajes con la finalidad de poseer un nuevo cliente, desarrollar una mejor y más amplia relación con los clientes actuales, crear lealtad, aumentar el número de ventas, generar un lazo de confianza con los clientes o simplemente para confirmar una orden de compra.

En la actualidad, existe una gran cantidad de medios de comunicación en los que se puede incorporar esta estrategia de marketing digital, las cuales pueden dar resultados que favorezcan una empresa, y una de ellas es el emailing. Los correos electrónicos son un aspecto muy usado para el desarrollo y crecimiento de una empresa. En la actualidad se está consolidando como una de las vías de comunicación más destacadas, las cuales además crean un lazo significativo con un usuario. (Reul, 2021)

Remarketing, el cual consiste en una función la cual permite la personalización de una campaña de anuncios para las personas que recientemente visitaron el sitio, y adaptar sus ofertas

y anuncios cuando navegan por la Web y utilizan aplicaciones que contengan anuncios. (Google, s.f.)

La personalización de los anuncios de remarketing están ofreciendo un sinnúmero de opciones que se pueden aprovechar. En el remarketing, hay dos factores decisivos a los que hay que tener en cuenta: la acción que realizan los usuarios (por ejemplo, visitar una página X) y el tiempo transcurrido desde esta acción. De esta manera, se puede captar a usuarios con distintos intereses y en momentos diferentes de un ciclo de compra y ofrecerles una mejor personalización. (Ventura, 2021)

CONCLUSIONES

Una vez concluida la presente investigación se puede destacar que, las técnicas para la implementación del uso de las tecnologías permiten no solo agilizar los procesos de las pymes de la ciudad de Vinces, sino que con el correcto uso de las mismas se puede lograr un crecimiento exitoso de los negocios.

La implementación o dotación de una pyme con tecnología puede traer un sinnúmero de resultados beneficiosos, que dependen de algunos factores importantes como, por ejemplo, la disponibilidad de la información del local a cualquier hora y desde cualquier lugar.

Para guiarse por el camino del éxito las pymes de la ciudad de Vinces deben de tener la capacidad de ser versátiles para responder a la constante exigencia de cambios que en su mayoría dependen de la necesidad de los clientes.

En la actualidad tener acceso a la tecnología no trae complicaciones, ya que el acceso está disponible y accesible a toda organización que requiera su uso y en ocasiones lo más destacado para dichas organizaciones es el sinnúmero de servicios gratuitos o de bajo costo de los mismos.

La tecnología ofrece un gran número de servicios que ayudan a establecer relaciones comerciales más rápido y más directo con los clientes, como crear nuevas estrategias para el desarrollo de la empresa

De igual manera, se destacó la gran cantidad de ventajas competitivas que promueven el uso de la tecnología en las empresas a consecuencia de acelerar los procesos internos de las mismas.

Contar con los beneficios de la tecnología es uno de los principales elementos de cualquier empresa. Porque gracias a esta se consigue una eficiencia con los costes más bajos los cuales sin duda repercuten de forma positiva en la economía de la institución, aunque no cabe duda que los intereses pueden ir mucho más allá del punto de vista económico, dado que, entre los beneficios extra que puede aportar se destacan la mayor exposición al público, mejora de la seguridad o incluso la apertura de nuevas ventanas de oportunidad de negocio.

El comercio electrónico es una herramienta tecnológica que ha llegado para optimizar la eficacia de quienes poseen la virtud de manejarlas correctamente, esta innovación no debe tratarse exclusivamente como una solución frente a una situación de desigualdad en la competencia empresarial, sino que debe ser más bien un complemento más, de cualquier institución.

RESUMEN

El presente estudio de caso, previo a la titulación de ingeniero en sistemas, se orienta a el comercio electrónico y el uso de las tecnologías en las pymes, dado que actualmente las organizaciones en su gran mayoría cuentan con alguna herramienta tecnológica que les permita ya sea, promocionar sus artículos o agilizar los procesos internos y externos. Las TICs son consideradas como un conjunto de herramientas de suma importancia en las empresas y aunque es un recurso el cual aún se encuentran en un proceso de crecimiento, sin duda con su uso se puede lograr la optimización de los procesos de una organización para establecer ventajas competitivas y posicionarse en el mercado.

De igual forma se tomó la medida de recurrir a profesionales usando el método de investigación inductivo, con el fin de profundizar los aspectos necesarios para reforzar la presente investigación y así lograr que este caso de estudio cuente con la garantía técnica necesaria, adicionalmente el presente caso de estudio cuenta con información teórica de fuentes confiables que permiten reforzar la opinión del autor.

Adicionalmente el presente documento cuenta con sus respectivos anexos, donde consta la evidencia de la participación de los entrevistados.

Palabras clave: Comercio, Pyme, Comercio electrónico, Tecnología, Incidencia, Online

ABSTRACT

The present case study, prior to the systems engineering degree, is oriented towards electronic commerce and the use of technologies in SMEs, given that currently the vast majority of organizations have some technological tool that allows them to either , promote your items or streamline internal and external processes. ICTs are considered as a set of extremely important tools in companies and although it is a resource which is still in a process of growth, without a doubt with its use it is possible to achieve the optimization of the processes of an organization to establish advantages competitive and position themselves in the market.

In the same way, the measure was taken to resort to professionals using the explanatory research method, in order to deepen the necessary aspects to reinforce the present investigation and thus ensure that this case study has the necessary technical guarantee, in addition to the present case. study has theoretical information from reliable sources that allow to reinforce the author's opinion.

Additionally, this document has its respective annexes, where the evidence of the participation of the interviewees is recorded.

Keywords: Commerce, Pyme, E-commerce, Technology, Incidence, Online

BIBLIOGRAFÍA

- Adame, A. (2019). *Hoot suite*. Obtenido de 6: <https://blog.hootsuite.com/es/estrategias-de-marketing-en-redes-sociales/>
- Almanza, M. S. (s.f.). *El eCommerce en Tiempos de Pandemia*. Obtenido de <https://revistaempresarial.com/marketing/e-commerce/el-ecommerce-en-tiempos-de-pandemia/>
- Bonet, A. (14 de 6 de 2014). *Blog Neo*. Obtenido de <https://www.indracompany.com/es/blogneo/peer-peer-p2p-modelos-negocio-ciudadanos#:~:text=Una%20red%20peer%2Dto%2Dpeer,comportan%20como%20iguales%20entre%20s%C3%AD.>
- Carrillo, S. (15 de 6 de 2019). *Grupo Enroke*. Obtenido de [https://blog.grupoenroke.com/que-son-las-pymes#:~:text=En%20el%20pa%C3%ADs%20\(Ecuador\)%2C,en%20sus%20procesos%20de%20crecimiento.](https://blog.grupoenroke.com/que-son-las-pymes#:~:text=En%20el%20pa%C3%ADs%20(Ecuador)%2C,en%20sus%20procesos%20de%20crecimiento.)
- Castañeda, D. H., & Guerra Zavala, J. (2012). *eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2012/tcgz.zip>
- Conexion ESAN. (7 de 5 de 2015). *Conexion ESAN*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/e-commerce-como-funciona-modelo-comercio-c2c>
- Galán, J. S. (16 de 11 de 2015). *Economipedia*.
- Galán, J. S. (17 de 11 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia.com
- Google. (s.f.). *Google adds*. Obtenido de <https://support.google.com/google-ads/answer/1752338?hl=es-419#:~:text=El%20remarketing%20es%20una%20funci%C3%B3n,la%20Web%20y%20utilizan%20aplicaciones.>
- Lema, J. (9 de 1 de 2019). *DSG consulting*. Obtenido de <https://www.dsg.ec/gestion-empresas/mipymes-en-ecuador/>
- Malca, O. (2001). *Comercio electronico*. Lima.
- Microsoft. (10 de 2 de 2022). *News Center Microsoft Latinoamérica*. Obtenido de <https://news.microsoft.com/es-xl/impacto-de-la-pandemia-9-de-cada-10-pymes-aceleraron-su-proceso-de-transformacion-digital-en-ecuador/>
- Reul, M. (14 de 4 de 2021). *Sendinblue*. Obtenido de <https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/>
- Sanciprian, E. (07 de 9 de 2018). *IDC Online*. Obtenido de <https://idconline.mx/corporativo/2018/09/07/tics-en-el-mundo-empresarial>

Toledo, M. (10 de 9 de 2020). *Invoundcicle*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-de-contenidos>

Universidad UNADE. (8 de 3 de 2021). *UNADE*. Obtenido de <https://unade.edu.mx/ventajas-y-desventajas-del-ecommerce/>

Ventura, B. (2 de 6 de 2021). *Cyber click*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-el-remarketing-funcionamiento-ventajas-tipos>

ANEXOS

Diseño de formulario de la entrevista realizada a expertos

RELACIONADO CON: IMPACTO DEL E-COMMERCE Y LA INCIDENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS PYMES

Favor completar las siguientes interrogantes en base a su experiencia y sus conocimientos profesionales.

1. ¿Por qué cree usted que es importante tener conocimiento de las herramientas Tics para la gestión de una empresa?
2. ¿Cuáles son los principales componentes para lograr con éxito la transformación digital en una pyme?
3. ¿Cree usted que la tecnología debe estar presente en todos los aspectos de nuestra vida diaria?
4. ¿Desde su punto de vista qué ventajas tiene el uso del e-commerce en las pymes?
5. ¿Cuáles son los factores que complican la implementación y el uso de las tecnologías en las pymes?

RESULTADOS

Diseño de formulario de la entrevista realizada a expertos

RELACIONADO CON: IMPACTO DEL E-COMMERCE Y LA INCIDENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS PYMES EN LA CIUDAD VINCES DURANTE EL PERIODO 2020-2022

FECHA: 14 de marzo del 2022

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: ING. DIXON CALVOPIÑA

Favor completar las siguientes interrogantes en base a su experiencia y sus conocimientos profesionales.

1. ¿Por qué cree usted que es importante tener conocimiento de las herramientas Tics para la gestión de una empresa?

Ante las exigencias de un mundo globalizado es prácticamente esencial el dominio, gestión y difusión de la tecnología de la información y comunicación ya que por medio de estas satisfacemos muchas tareas en nuestro diario vivir como es el trabajo, estudios, comunicación, etc.

2. ¿Cuáles son los principales componentes para lograr con éxito la transformación digital en una pyme?

Estar debidamente capacitado, es decir, saber cómo y cuándo emplearlas adicional a esto debemos estar en constante actualización de conocimientos ya que la tecnología está en constante actualización

3. ¿Cree usted que la tecnología debe estar presente en todos los aspectos de nuestra vida diaria?

Efectivamente ya que por medio de la tecnología podemos cumplir con actividades que demandan tiempo, pero con la tecnología se los facilita como son el pago de servicios básicos, realizar compras, obtener una cita con nuestro médico, realizar teletrabajo, telestudio.

4. ¿Desde su punto de vista qué ventajas tiene el uso del e-commerce en las pymes?

La principal ventaja es la de optimizar el tiempo ya que al ser virtual nos ahorra el tiempo que gastaríamos en tener que trasladarnos al espacio físico donde se encuentra el bien que queremos adquirir.

5. ¿Cuáles son los factores que complican la implementación y el uso de las tecnologías en las pymes?

Al no ser nativos digitales lo puede complicar como también el acceso a la tecnología y al Internet son aspectos que impiden muchas veces la implantación de las tecnologías para alguna actividad en nuestro diario vivir.

Diseño de formulario de la entrevista realizada a expertos

**RELACIONADO CON: IMPACTO DEL E-COMMERCE Y LA INCIDENCIA DE LAS
TECNOLOGÍAS EN LAS PYMES EN LA CIUDAD VINCES DURANTE EL PERIODO 2020-
2022**

FECHA: 14 de marzo del 2022

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: ING. JOEL ROBLES

Favor completar las siguientes interrogantes en base a su experiencia y sus conocimientos profesionales.

1. ¿Por qué cree usted que es importante tener conocimiento de las herramientas Tics para la gestión de una empresa?

Por supuesto que sí, estas nos son de mucha ayuda en varios aspectos de nuestra vida no solo cotidiana, sino laboral, ya que el mundo está experimentando una evolución tecnológica y las empresas necesitan de estas tecnologías para destacar.

2. ¿Cuáles son los principales componentes para lograr con éxito la transformación digital en una pyme?

Entre los más importantes considero que se destacan los de agilizar y mejorar los procesos y una unidad por igual de los involucrados en dicha transformación también hay que entender todo el cambio que puede generar este tipo de transformación.

3. ¿Cree usted que la tecnología debe estar presente en todos los aspectos de nuestra vida diaria?

En varios aspectos de nuestra vida cotidiana si es útil, pero no creo que se deba usar en todo lo que hacemos cotidianamente, ahora si a lo que nos queremos referir es a una relación laboral, creo que, si es muy útil porque nos ayuda a optimizar procesos, o a llegar a interactuar con una comunidad más amplia si hablamos del mundo de los negocios.

4. ¿Desde su punto de vista qué ventajas tiene el uso del e-commerce en las pymes?

Yo creo que dentro de las principales ventajas que tenemos, es que se puede llegar a un público que este fuera del sector en el cual tengamos nuestro negocio, por lo tanto, los productos pueden llegar hasta diferentes sectores del país sin necesidad de que los clientes acudan a un establecimiento físico.

5. ¿Cuáles son los factores que complican la implementación y el uso de las tecnologías en las pymes?

Uno de los principales factores es el escaso conocimiento que tienen las personas de las herramientas de comercio electrónico y también el poco conocimiento que existe del uso de las tecnologías.