

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y DE
COMERCIO

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: ARTÍCULO CIENTÍFICO

Título de investigación:

Estrategias para el uso integrado de las TIC y TAC en emprendimientos de la ciudad de
Manta

Autor:

Torres Rizo Julissa Estefanía

Tutor:

Ing. Miguel Oswaldo Rodríguez Durán, PhD

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

2025

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad/Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de Manta de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular y/o en modalidad del artículo científico bajo la autoría del/de la estudiante, Torres Rizo Julissa Estefanía, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025(1), cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es “Estrategia para el uso integrado de las Tic y Tac en emprendimiento de la ciudad de Manta”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 1 de agosto de 2025.

Lo certifico,



Ing. Miguel Oswaldo Rodríguez Durán, PhD

Docente Tutor(a)

Área: Administración de Empresas

ARTICULO CIENTIFICO - JULISSA TORRES RIZO

6%
Textos sospechosos



6% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
2% entre las fuentes mencionadas
0% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: ARTICULO CIENTIFICO - JULISSA TORRES RIZO.docx
ID del documento: be743d0e5a870fdaf53b2ccab1865663e2edd150
Tamaño del documento original: 452,34 kB

Depositante: Miguel Róriguez Durán
Fecha de depósito: 28/7/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 28/7/2025

Número de palabras: 6302
Número de caracteres: 43.875

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	fdocuments.ec METODOLOGÍA Y TECNICAS DE DISEÑO Y REALIZACIÓN DE ... https://fdocuments.ec/document/metodologa-y-tecnicas-de-diseo-y-realizacin-de-metodolog... 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (61 palabras)
2	ctes.org.mx https://ctes.org.mx/index.php/ctes/article/view/819	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (45 palabras)
3	doi.org https://doi.org/10.37135/chk.002.13.06 4 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (45 palabras)
4	www.revista-imaginariosocial.com http://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/81	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (42 palabras)
5	doi.org Usos y aprovechamientos de las TIC'S en las Pymes de Bogotá https://doi.org/10.56241/asf.v9n17.206 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (53 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	ceabad.com El Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación ... https://ceabad.com/2024/06/03/impacto-de-las-tic-en-la-sociedad/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)
2	colombiatic.mintic.gov.co https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-126473_presentacion.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
3	doi.org La Investigación Cualitativa https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	Documento de otro usuario #b3118d Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
5	www.redalyc.org MEDIOS INFORMÁTICOS EN LA FORMACIÓN DOCENTE: HACIA... https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520798009.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300129
- https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/3783
- https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=325710
- https://doi.org/10.5944/ried.24.2.28994
- https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/37

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Julissa Estefanía Torres Rizo, con cédula de identidad N°1316501376, declaro que el presente trabajo de titulación del Artículo: **“Estrategias para el uso integrado de las TIC y TAC en emprendimientos de la ciudad de Manta”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Contabilidad y Auditoría sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo minucioso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo refleja el desarrollo y diseño original elaborado bajo la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Torres Rizo Julissa Estefanía

C.I.: 1316501376

E-mail: e1316501376@live.uleam.edu.ec

Telf: 0991250322

APROBACIÓN

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema “Estrategias para el uso integrado de las TIC y TAC en emprendimientos de la ciudad de Manta”, elaborado por la egresada Torres Rizo Julissa Estefanía, la misma que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

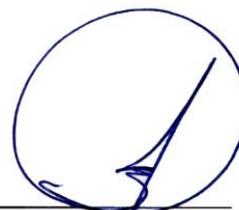
Por constancia firman:



Presidente del tribunal
Ing. Carlos Velazco



Miembro del tribunal
Ing. Alba Cáceres



Miembro del tribunal
Ing. Otto Macías

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar las estrategias de uso Integrado de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y las Tecnologías Aplicadas al conocimiento (TAC) en los Emprendimientos de la ciudad de Manta, a través de un enfoque cuantitativo, se realizó una encuesta digital en la que a través de un muestreo probabilístico se obtuvo una muestra de 187 emprendedores en donde la población se centró en 360 personas que pertenecen al programa “Emprendimiento” del GAD Manta, se pudo identificar el nivel de incorporación tecnológica en la gestión, comercialización y capacitación empresarial, su análisis se efectuó con herramientas de estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes.

Los resultados obtenidos demostraron que la mayoría de los emprendedores afirmaron utilizar frecuentemente herramientas digitales para la gestión y promoción de sus negocios, asimismo más del 80% reconoció que el uso de TIC y TAC ha mejorado su productividad y habilidades emprendedoras. No obstante, se encontraron limitaciones, una de estas correspondiente al bajo acceso a capacitaciones virtuales ofrecidas por instituciones y además el bajo uso de plataformas digitales innovadoras para la comercialización.

Por último, en la discusión se evidenció la necesidad de fortalecer las competencias digitales mediante la formación continua y estrategias de alfabetización tecnológica por niveles de estudio y rango de edades, se concluyó que a pesar de que existe una actitud positiva hacia la integración tecnológica, es indispensable implementar políticas de apoyo y formación para optimizar el aprovechamiento de las TIC y TAC en el desarrollo sostenible de los emprendimientos de la Ciudad.

PALABRAS CLAVE:

TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación)

TAC (Tecnologías Aplicadas al Conocimiento)

Competitividad

Emprendimiento

Transformación digital.

STRATEGIES FOR THE INTEGRATED USE OF ICT AND TIC IN VENTURES IN THE CITY OF MANTA

ABSTRACT

The present study aimed to analyze strategies for the integrated use of Information and Communication Technologies (ICTs) and Knowledge-Based Technologies (KITs) in entrepreneurships in the city of Manta. Using a quantitative approach, a digital survey was conducted. A sample of 187 entrepreneurs was obtained through probability sampling. The sample consisted of 360 individuals enrolled in the "Entrepreneurship" program the GAD Manta. The level of technological integration in business management, marketing, and training was identified. The analysis was carried out with descriptive statistics tools, using frequencies and percentages.

The results showed that the majority of entrepreneurs reported frequently using digital tools to manage and promote their businesses. More than 80% acknowledged that the use of ICTs and KITs has improved their productivity and entrepreneurial skills. However, limitations were found, one of which was the limited access to virtual training offered by institutions and the limited use of innovative digital platforms for marketing.

Finally, the discussion highlighted the need to strengthen digital skills through ongoing training and technological literacy strategies by educational level and age range. It was concluded that, despite a positive attitude toward technological integration, it is essential to implement support and training policies to optimize the use of ICTs and TCs for the sustainable development of the City's businesses.

KEYWORDS: ICT (Information and Communication Technologies)
TAC (Technologies Applied to Knowledge)
Competitiveness
Entrepreneurship
Digital transformation.

DEDICATORIA

A mis padres Iban Torres y Rosario Rizo cuyo amor y apoyo han sido mi mayor inspiración, por quienes seguí, aunque me quisiera rendir, a mi pareja, porque estuvo ahí apoyándome en cada decisión que eh tomado y en cada paso que eh dado, a mi suegrita, porque ha estado ahí cada que ha podido, apoyándome como a una hija y a mi precioso Hijo porque el a sido mi motivación a lo largo de este proceso. Y finalmente a mí misma, por no decaer en momentos difíciles y perseverar en la búsqueda del éxito. Este logro es el fruto de nuestro esfuerzo conjunto y amor constante.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincera gratitud a todas las personas e instituciones que hicieron posible la culminación de este trabajo de investigación.

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme la vida, fortaleza y perseverancia para alcanzar esta meta. A mi familia, por su amor incondicional, paciencia y apoyo constante durante todo este proceso. En especial, a mis padres, quienes me inculcaron el valor del esfuerzo y la dedicación, y a mis seres queridos que siempre creyeron en mí. A mi tutor de tesis, Ing. Miguel Oswaldo Rodríguez Duran, PhD por su guía, orientación académica y por compartir sus conocimientos con paciencia y compromiso.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y por el acceso a los recursos necesarios para la realización de este trabajo.

A mis amigas, por sus palabras de aliento, apoyo moral y momentos compartidos que hicieron más llevadero este camino. A todas aquellas personas que, de manera directa o indirecta, contribuyeron con ideas, sugerencias y motivación, mi más sincero agradecimiento.

Este logro es también suyo.

**Facultad de ciencias administrativas, contables y de comercio; Administración de
empresas**

Torres Rizo Julissa Estefanía

ESTRATEGIAS PARA EL USO INTEGRADO DE LAS TIC Y TAC EN EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE MANTA

USO INTEGRADO DE TIC Y TAC EN EMPRENDIMIENTOS DE MANTA

AUTORES:

Torres Rizo Julissa Estefanía 1

Ing. Rodríguez Duran Miguel Oswaldo 2

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA:

(Manabí, Ecuador, e1316501376@live.ulead.edu.ec, Estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí)

Fecha de recepción: 25 de julio de 2025

Fecha de aceptación:

1. RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar las estrategias de uso Integrado de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y las Tecnologías Aplicadas al conocimiento (TAC) en los Emprendimientos de la ciudad de Manta, a través de un enfoque cuantitativo, se realizó una encuesta digital en la que a través de un muestreo probabilístico se obtuvo una muestra de 187 emprendedores en donde la población se centró en 360 personas que pertenecen al programa "Emprendimiento" del GAD Manta, se pudo identificar el nivel de incorporación tecnológica en la gestión, comercialización y capacitación empresarial, su análisis se efectuó con herramientas de estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes.

Los resultados obtenidos demostraron que la mayoría de los emprendedores afirmaron utilizar frecuentemente herramientas digitales para la gestión y promoción de sus negocios, asimismo más del 80% reconoció que el uso de TIC y TAC ha mejorado su productividad y habilidades emprendedoras. No obstante, se encontraron limitaciones, una de estas correspondiente al bajo acceso a capacitaciones virtuales ofrecidas por instituciones y además el bajo uso de plataformas digitales innovadoras para la comercialización.

Por último, en la discusión se evidenció la necesidad de fortalecer las competencias digitales mediante la formación continua y estrategias de alfabetización tecnológica por niveles de estudio y rango de edades, se concluyó que a pesar de que existe una actitud positiva hacia la integración tecnológica, es indispensable implementar políticas de apoyo y formación para optimizar el aprovechamiento de las TIC y TAC en el desarrollo sostenible de los emprendimientos de la Ciudad.

PALABRAS CLAVE: TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación); TAC (Tecnologías Aplicadas al Conocimiento); Competitividad; Emprendimiento; transformación digital.

STRATEGIES FOR THE INTEGRATED USE OF ICT AND TIC IN VENTURES IN THE CITY OF MANTA

ABSTRACT

The present study aimed to analyze strategies for the integrated use of Information and Communication Technologies (ICTs) and Knowledge-Based Technologies (KITs) in entrepreneurs in the city of Manta. Using a quantitative approach, a digital survey was conducted. A sample of 187 entrepreneurs was obtained through probability sampling. The sample consisted of 360 individuals enrolled in the "Entrepreneurship" program the GAD Manta. The level of technological integration in business management, marketing, and training was identified. The analysis was carried out with descriptive statistics tools, using frequencies and percentages.

The results showed that the majority of entrepreneurs reported frequently using digital tools to manage and promote their businesses. More than 80% acknowledged that the use of ICTs and KITs has improved their productivity and entrepreneurial skills. However, limitations were found, one of which was the limited access to virtual training offered by institutions and the limited use of innovative digital platforms for marketing.

Finally, the discussion highlighted the need to strengthen digital skills through ongoing training and technological literacy strategies by educational level and age range. It was concluded that, despite a positive attitude toward technological integration, it is essential to implement support and training policies to optimize the use of ICTs and TCs for the sustainable development of the City's businesses.

KEYWORDS: ICT (Information and Communication Technologies); TAC (Technologies Applied to Knowledge); Competitiveness; Entrepreneurship; digital transformation.

INTRODUCCIÓN:

IMPORTANCIA DEL USO DE TIC Y TAC

En un mundo más digitalizado las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en conjunto con las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento (TAC), han transformado radicalmente la forma en que interactuamos, trabajamos y vivimos, impactando así todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo el empresarial, donde se han convertido en recursos indispensables para optimizar procesos, aumentar la competitividad y acceder a nuevos mercados, como señala From "las TIC proporcionan herramientas empleadas para el gestión de la información y comunicación, revolucionando la forma en que aprendemos, nos comunicamos, trabajamos y vivimos, han tejido una red compleja que conecta a individuos, comunidades, naciones enteras y al planeta" (2024), el presente estudio tiene como objetivo evaluar el nivel de adopción y utilización de estas tecnologías en los procesos productivos y comerciales de los emprendedores, a su vez identificar las principales barreras que presentan en la implementación de estas tecnologías.

Por consiguiente, han modificado la forma en la que se llevan a cabo los procesos productivos, educativos y de gestión en las últimas décadas. Bajo el contexto de los emprendimientos, estas herramientas representan una oportunidad para optimizar tareas administrativas, fortalecer la presencia en el mercado y acceder a cursos formativos más eficientes (Cabero & Llorente, 2021). En el caso de América Latina, y en especial Ecuador el uso de las TIC y TAC muestra diversos desafíos en relación con la falta de formación técnica, las brechas que existen con la digitalización y por último la desigualdad con la tecnología, (CEPAL, 2021) baso este contexto, se debería realizar ajustes a la promoción del emprendimiento Innovador, implementando estrategias para aquellos a los que tienen dificultades tecnológicas.

Sin embargo, a pesar del potencial transformador de las TIC Y TAC, su implementación y uso eficaz en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) sigue siendo un reto, en el caso de la ciudad de Manta, un importante centro económico de Ecuador, los emprendedores locales enfrentan obstáculos para integrar estas tecnologías en sus operaciones diarias, lo que limita su capacidad para competir en un mercado cada vez más globalizado y dinámico

En un estudio realizado por el INEC (2023), se obtiene que el 33,1% cuenta con equipamiento tecnológico en el hogar, mientras que el restante

(66.9%), además para ese año el 62.2% de la población nacional contaba con acceso a internet en sus hogares, por consiguiente se observa una brecha entre las personas que viven en la ruralidad, porque son las que menos cuentan con acceso a internet y medio tecnológicos, en consecuencia se puede apreciar que el 7,6% de la población cuenta con alfabetismo digital, lo que ha ido disminuyendo con el pasar de los años, y también se muestra que el nivel de estudios afecta en el uso de estas tecnologías, por que a mayor nivel de estudio, mayor uso de internet y dispositivos.

Manta es una ciudad costera conocida por el fuerte impulso hacia el comercio y los negocios en la que los emprendedores, enfrentan desafíos de competitividad y sostenibilidad en el mercado, bajo este contexto, las TIC y TAC se presentan como herramientas clave para optimizar procesos, ampliar el alcance de los productos o servicios, mejorar la comunicación con los clientes, y brindar estrategias para superar los obstáculos que se presenten.

Las Tics son conocidas como un conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información voz, datos, texto, video e imágenes, por consiguiente, en el estudio realizado por Serrano et al. en Usos y aprovechamientos de las TIC'S en las Pymes de Bogotá, se muestra que "Las TIC se convierten en un elemento primordial en la vida cotidiana, afectando a todas las dimensiones que involucran a los individuos y a las empresas" (2021).

Además, diversas investigaciones han abordado la relación entre las tecnologías digitales y el desarrollo empresarial, por lo tanto, García et al. (2020) analizaron el impacto de las TAC en la mejora de competencias digitales en los negocios, dando por hecho que el uso sistemático de estas herramientas fortalece la gestión interna y las estrategias de mercado, asimismo estudios como el Cervantes et, al. (2024) demuestran que los emprendedores acceden a capacitaciones tecnológicas denotan mayor índice de innovación en sus negocios, por lo que resulta de suma importancia explorar el estado de los emprendimientos de Manta ante aquellos vacíos que presentan sobre información del uso real de TIC y TAC en los negocios.

Para Campos (2023), la variable Tics, puede ser evaluada a partir de las siguientes dimensiones, las cuales contemplan los medios informáticos, servicios de internet y herramientas informáticas.

De acuerdo con Gonzales (2008) " Los medios informáticos son un conjunto de herramientas, procesos y productos que permiten almacenar, procesar y transmitir información de forma digitalizada", entonces podemos decir que los medios informáticos están conformados por diversos dispositivos, diseñados para almacenar grandes volúmenes de información, permitiendo la gestión de datos de forma eficiente rápida y organizada.

Aponte et al. Argumenta que “el Internet es una tecnología que a pesar de la alta infraestructura tecnológica que maneja, es de fácil acceso y utilización, brindando diversos servicios a los usuarios, para facilitar sus actividades”(2001), es por esto que el acceso a los servicios de internet se muestra como uno de los pilares fundamentales de las Tics, debido a que permite la conectividad instantánea entre individuos, empresas y sistemas a escala global, facilitando la transmisión, almacenamiento y procesamiento de información.

Las herramientas informáticas incluyen software y aplicaciones diseñadas para facilitar y optimizar tareas específicas dentro de una organización o actividad personal, su uso promueve la eficiencia, optimización de procesos, innovación y desarrollo de competencias digitales. (Castillo, 2008)

Aguilar (2023) define el emprendimiento como la actitud de afrontar nuevos caminos dejando de lado el miedo al fracaso, esforzándose cada vez más y manteniendo la perseverancia que lleva al éxito.

El emprendimiento es un fenómeno complejo que involucra una interacción de factores individuales, sociales, organizacionales y contextuales. Estas dimensiones son individuo; dimensión entorno; dimensión procesos; y dimensión organización las cuales se entrelazan para dar vida y forma a una nueva empresa. (Valencia, 2018, como se citó en Toala y Rengifo, 2023)

Para dar vida a las respectivas preguntas, se consideraron las siguientes dimensiones para la variable emprendimiento, entre las cuales tenemos competencia, innovación, toma de riesgos y proactividad (Edwards, 2014)

La competencia en el emprendimiento se refiere a la capacidad de actuar sobre ideas y oportunidades para generar resultados de valor, utilizando conocimientos específicos, por lo tanto, para Casimiro et al. (2019) el concepto de competencia emprendedora envuelve una capacidad comprobada de iniciativa y creatividad; implica no solo disponer de los conocimientos y habilidades, hasta ahora concebidos como suficientes en los procesos de aprendizaje para la profesionalización, sino que define la importancia de la independencia y el capital creativo de la persona.

El emprendimiento innovador es la práctica de crear nuevas ideas de negocios para generar ganancias, ayudar a la comunidad y alcanzar los objetivos de la empresa, para Ponce y Jacome (2020) “La innovación representa un importante mecanismo de contribución para el desarrollo de las empresas, esta permite que las mismas sean más competitivas, posean una adecuada rentabilidad y permanezcan vigentes a largo plazo”.

No se puede hablar de emprendimiento sin considerar la aceptación de riesgos, debido a que está relacionado por lo que implica adentrarse en lo desconocido, con la posibilidad de obtener ganancias, pero también con la

posibilidad de sufrir pérdidas, por consiguiente, afirman Maldonado et al. (2016). En su estudio, que "las dimensiones toma de riesgos y proactividad, son factores importantes para un mejor rendimiento empresarial", por otro lado es importante destacar que la toma de riesgos y la proactividad están estrechamente relacionada, debido a que la proactividad impulsa a las empresas a buscar nuevas oportunidades, lo que a menudo implica asumir riesgo, sin embargo, la proactividad también permite una mejor gestión de esos riesgos, al anticipar posibles problemas y desarrollar estrategias para mitigarlos.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se centra en analizar estrategias de uso integrado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento (TAC) en los emprendimientos del Programa Emprendimiento del GAD Manta. (Alay, 2024)

ENFOQUE

La investigación tiene un enfoque cuantitativo porque "utiliza la recopilación y el análisis de datos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis preestablecidas, además se basa en el uso numérico, cuantitativo y frecuente de estadísticas para identificar patrones de comportamiento precisos de la población" (Torres, 2013, p.4). De esta manera el enfoque cuantitativo permitirá obtener estadísticas con mediciones más precisas al investigar a los emprendedores del programa Emprendimiento a través de una serie de preguntas estructuradas diseñadas con base en indicadores clave relacionados con el uso de TIC y TAC en los emprendimientos, estas encuestas serán aplicadas de manera directa a los emprendedores seleccionados, permitiendo obtener datos precisos y consistentes.

DISEÑO

La investigación es de tipo no experimental, transversal, debido a que no se manipularán variables y la recolección de datos se realizará en un momento único en el tiempo. La investigación no experimental, es aquella en la que no se realiza una manipulación deliberada de las variables independientes; simplemente se analiza el problema tal como ocurre en su entorno habitual (Hernández et al. 2014).

Transversal debido a que la recolección de datos se lleva a cabo dentro de un periodo de tiempo corto a partir de las mismas variables. En un estudio transversal no se aplica el concepto de eficiencia estadística pues se mide de forma simultánea la exposición y el resultado. (Cvetkovic, 2021)

INSTRUMENTOS Y MÉTODOS

La población objetivo está compuesta por los emprendedores del Programa Emprendimiento del GAD Manta, la muestra fue determinada mediante muestreo probabilístico, lo que garantiza que cada emprendedor de la población tenga una probabilidad conocida y diferente de cero de ser seleccionado. Este método asegura una representación adecuada de la población y minimiza sesgos en los resultados.

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

- **n**= Tamaño de la muestra
- **N**: 360
- **z**: 1.96 para 95%)
- **p**: 0.5
- **q**:0,5
- **e**: 0,05

El total de la muestra a calcular en base a nuestra población, que sería el total de Emprendedores inscritos en las fichas socioeconómicas del programa Emprendimiento, corresponden a 360 Emprendimientos, aplicando la formula nos da un total de 187 emprendimientos.

$$n = \frac{360 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (360 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 187$$

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

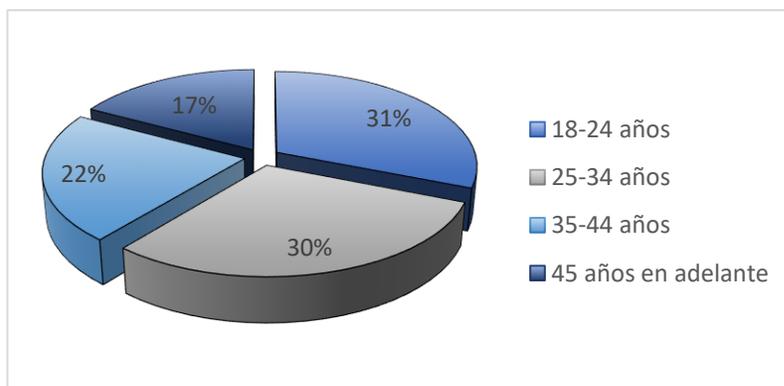
Para el desarrollo de la investigación se realizó la recolección de la información mediante encuestas estructuradas, diseñadas con base en indicadores clave relacionados con el uso de TIC y TAC en los emprendimientos. La encuesta es un instrumento de recopilación de datos rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación. Esta operacionalización se realiza mediante la formulación escrita de una serie de preguntas que, respondidas por sujetos de la encuesta, permiten estudiar el hecho propuesto en la investigación o verificar las hipótesis (Schulte 1998, como se citó en Montes, 2020).

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado, compuesto por ítems diseñados en una escala de Likert de 5 puntos, que permitió medir el grado de acuerdo o desacuerdo de los encuestados respecto a cada afirmación (1 = Totalmente en desacuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo). La escala de Likert es ampliamente utilizada para medir actitudes y percepciones en investigaciones sociales y educativas (Canto de Gante et al., 2020).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Figura 1

Rango de Edad de los Emprendedores

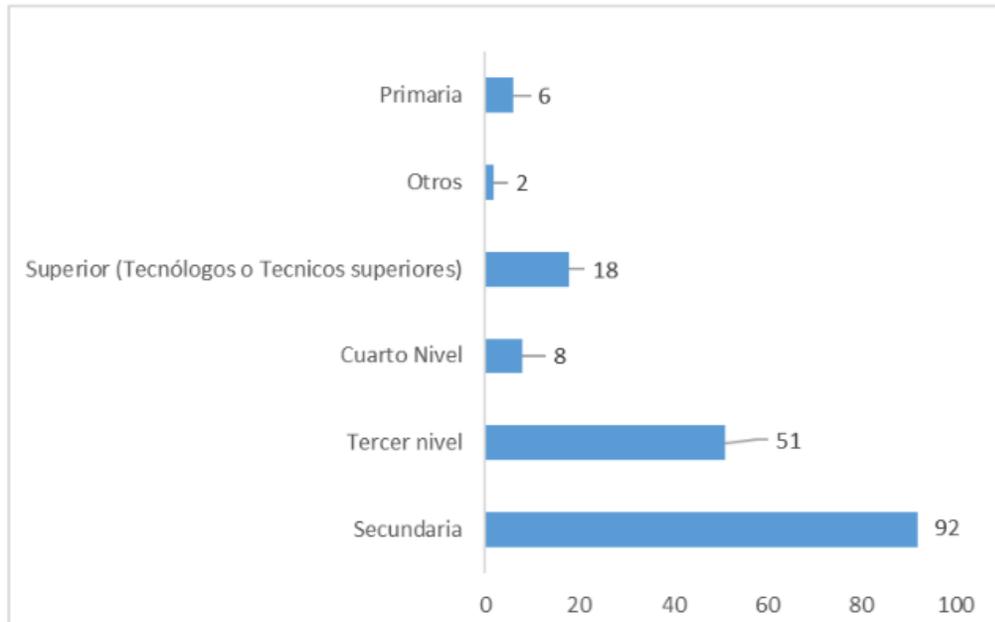


Nota. El gráfico representa el rango de edad promedio en el que se encuentran los emprendedores

Se puede apreciar que el mayor número de emprendedores encuestados se encuentra en un rango de 25-34 años, representando un 30% del total, además se puede observar que en su mayoría los emprendedores van de los 18 a 34 años con un 61%, por lo tanto hay que tener en cuenta que nuestros resultados del estudio puede tener cierta diferenciación de perspectivas por edad, por consiguiente el 22% corresponde a las personas entre 35-44 años y por ultimo tenemos a las personas de 45 años en adelante representando el 17% (32) los cuales reflejan un papel super importante en esta investigación.

Figura 2

Nivel de Estudio de los Emprendedores



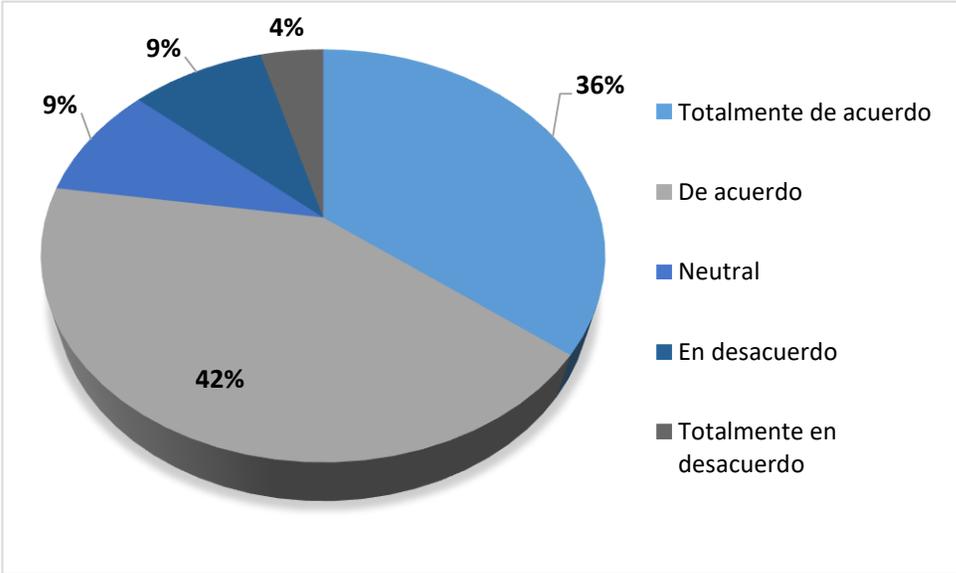
Nota. Cantidad de respuestas acerca del nivel de estudio de cada uno de los emprendedores.

En cuanto al nivel de estudios correspondiente a los encuestados, se observa que la mayoría cuentan con educación secundaria (49%), seguido por un tercer nivel (educación Universitaria) con un 27%, lo que denota una base educativa relativamente solida por parte del grupo, un 13% por su parte indica haber cursado estudio superiores técnicos o tecnológicos, mientras que una pequeño porcentaje ha alcanzado el cuarto nivel (posgrados), representando apenas el 4% de la muestra, a su vez se observa que solo el 5% de los participantes alcanzaron sus estudios hasta la primaria, y un 1% selecciono otros. La elección de esta pregunta es importante para analizar si los estudios

influyen en el uso y comprensión de las tecnologías aplicadas al emprendimiento.

Figura 3

Emprendedores que cuentan con internet en su lugar de Trabajo



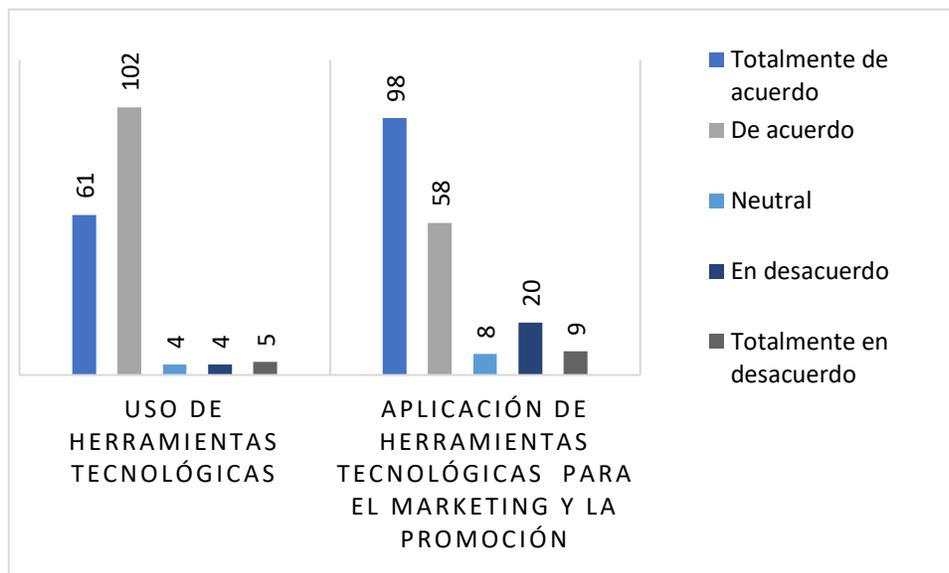
Nota. Porcentaje de Emprendedores que cuentan con internet en su lugar de Trabajo

Tiene acceso a internet de manera constante en su lugar de trabajo

Se obtuvo que el 77% de los emprendedores indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el uso del internet en su lugar de trabajo, lo que muestra una buena disponibilidad de conectividad, por otro lado un 9% mantuvo una postura neutral, mientras que un 13% manifestó estar en desacuerdo, lo que destaca que aunque la mayoría tenga acceso a internet, aún existe un grupo que enfrenta limitaciones de conectividad, lo cual podría afectar el uso de herramientas tecnológicas en sus emprendimientos

Figura 4

Dimensión Herramientas Informáticas



Nota. El gráfico muestra la cantidad de emprendedores que utilizan herramientas informáticas en sus negocios, especialmente para funciones como gestión, marketing y promoción.

1. ¿Utiliza herramientas tecnológicas como Excel, Whatsapp Business, redes sociales o crm en su emprendimiento?

Se contempla que el total de respuestas positivas de totalmente de acuerdo y de acuerdo conforman el 87% de las respuestas, evidenciando una fuerte integración digital en sus emprendimientos, además solo un 2% se mostró neutral, mientras que un 8% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que demuestra que la mayoría implementa estas herramientas, aún existe una pequeña cantidad de personas que no las aplica en su emprendimiento, y esto se debe a que no se promocionan mucho por el tema de la inseguridad que vive el País.

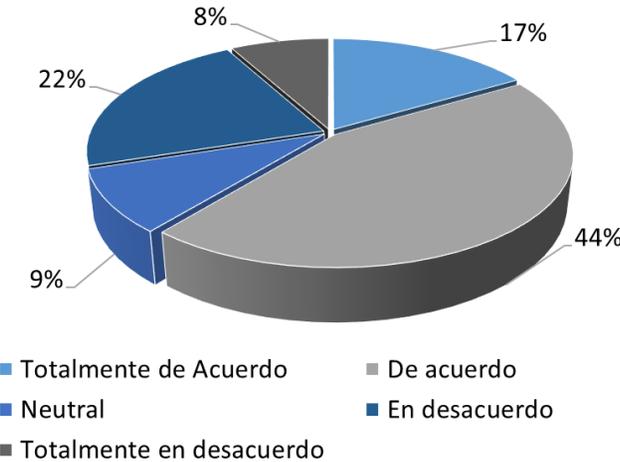
2. ¿Aplica herramientas tecnológicas principalmente para el marketing y la promoción?

Se aprecia que en cuanto al uso de herramientas tecnológicas para fines de marketing y promoción, el 80% de los encuestados afirmo estar

totalmente de acuerdo (52%) o de acuerdo (28%), lo cual indica que la mayoría reconoce y utiliza la tecnología como un recurso clave para la visibilidad comercial, aunque necesiten mayor conocimiento acerca de los recursos que pueden utilizar, por consiguiente un 4% se mantuvo neutral, y un 16% denoto negación, lo que afirma, que aunque el marketing digital es una práctica común, aún hay un cierto grupo de emprendedores que no lo han adoptado plenamente.

Figura 5

Utilización de herramientas Informáticas

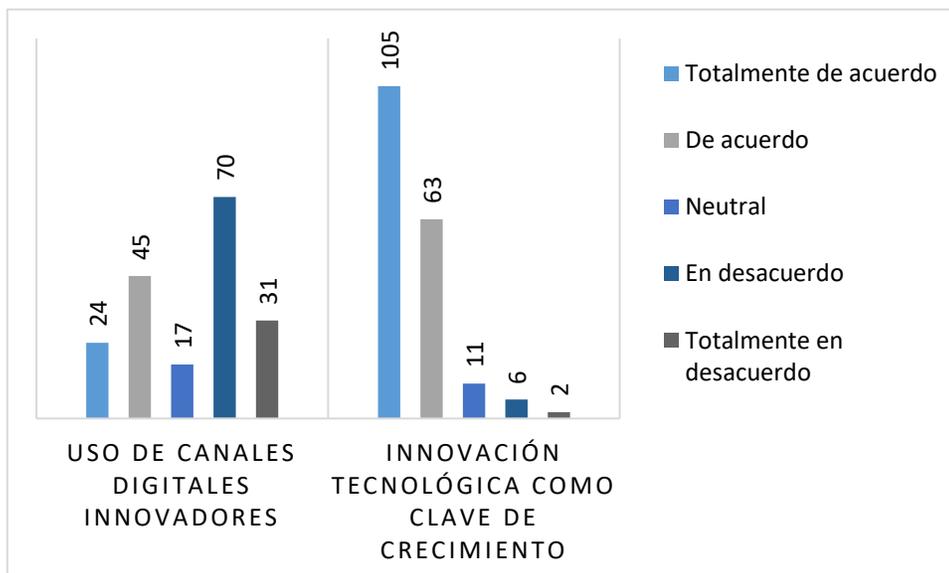


Nota. Porcentaje de Utilización de herramientas *Informáticas* para realizar estudio de Mercado o análisis de tendencias

No obstante, se puede visualizar que el 61% señalo estar totalmente de acuerdo o de acuerdo con utilizar herramientas digitales para análisis de mercado, lo que sugiere una aplicación moderada de estas tecnologías, sin embargo, por otro lado, un 30% de los encuestados manifestó desacuerdo, y un 9% de forma neutral, indicando que aún hay una parte considerable de emprendedores que no aprovecha estas herramientas de forma estratégica.

Figura 6

Dimensión Innovación



Nota. El gráfico representa la cantidad de Emprendedores que utilizan canales digitales Innovadores y consideran la Innovación tecnológica Como clave para el crecimiento de su negocio.

¿Usted ha utilizado alguna vez canales digitales innovadores (Shopify, Amazon, Hotmart, Mercado libre, ¿entre otras) para comercializar sus productos o servicios?

Se aprecia que solo el 37% respondió afirmativamente (totalmente de acuerdo 13%, de acuerdo 24%), mientras que un 54% indicó desacuerdo (37%) o total desacuerdo (17%), lo que evidencia una baja adopción de plataformas digitales innovadoras para comercialización, esto por lo tanto puede deberse a barreras tecnológicas, desconocimiento o preferencia por métodos tradicionales.

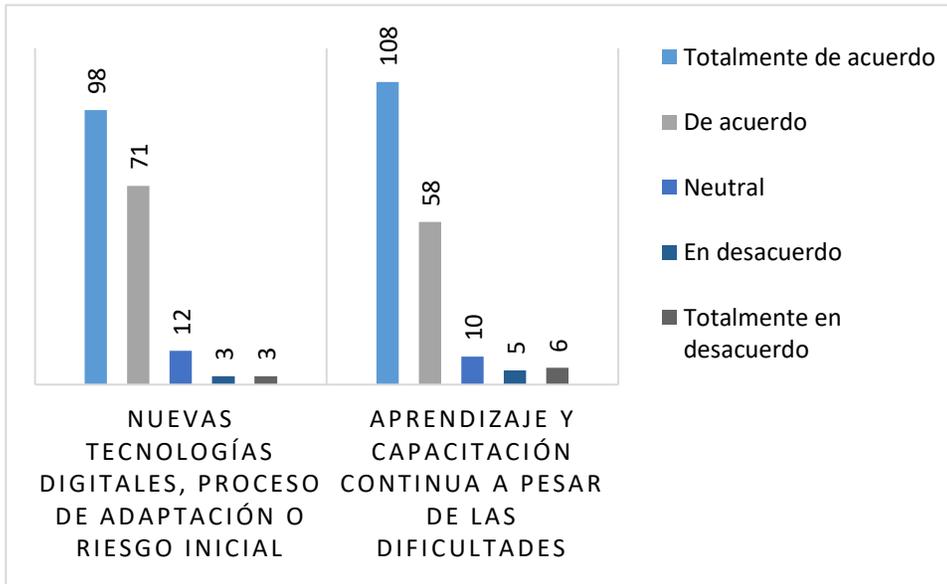
¿Considera que la innovación tecnológica es clave para el crecimiento de su negocio?

Una amplia mayoría (90%) estuvo totalmente de acuerdo (56%) o de acuerdo (34%) con que la innovación tecnológica es clave para el crecimiento empresarial, reflejando una percepción altamente favorable

hacia la transformación digital, por último, pero no menos importante, tenemos un 6% que expresó algún nivel de desacuerdo o neutralidad.

Figura 7

Disposición a Adaptarse y Capacitarse ante Retos Tecnológicos



Nota. El gráfico muestra la disposición de los participantes a adoptar nuevas tecnologías digitales y continuar capacitándose, incluso frente a dificultades o riesgos iniciales.

¿Está dispuesto a implementar nuevas tecnologías digitales, aunque impliquen un proceso de adaptación o riesgo inicial?

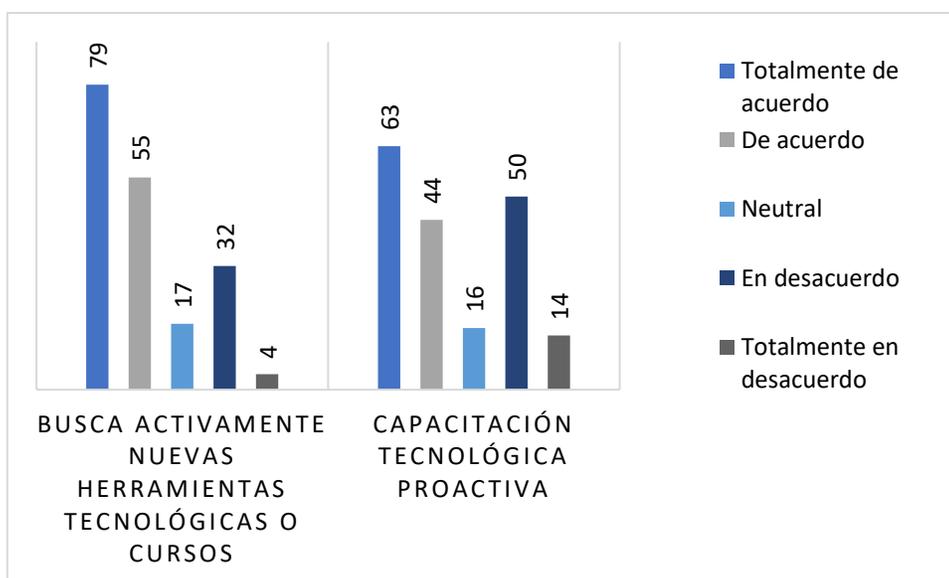
En este caso se constata que el 90% de los encuestados tiene una postura positiva, lo que refleja una aptitud abierta al cambio tecnológico, y por otro lado apenas un 5% estuvo en desacuerdo y un 6% se encontró en una postura neutral, lo que da a entender que la mayoría está dispuesta a asumir riesgos para innovar, pero existen limitantes.

3. ¿Está dispuesto(a) a seguir aprendiendo y adaptándose incluso si ha tenido dificultades al usar tecnologías digitales en su negocio?

El 89% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo (58%) o de acuerdo (31%), lo que presenta una fuerte actitud resiliente y proactiva frente a la tecnología, lo que es clave para enfrentar los desafíos del entorno digital, por consiguiente, solo el 6% expreso estar en desacuerdo, lo que representa un porcentaje bajo, pero igual es significativo saber el por qué.

Figura 8

Proactividad en la Búsqueda y Capacitación Tecnológica



Nota. El gráfico muestra la percepción de los participantes respecto a su proactividad en la búsqueda y capacitación tecnológica.

4. ¿Busca activamente nuevas herramientas tecnológicas o cursos para mejorar su emprendimiento?

El 71% indicó estar totalmente de acuerdo (42%) o de acuerdo (29%) con buscar activamente recursos tecnológicos y formativos. Un 17% se mantuvo neutral, mientras que un 19% manifestó algún nivel de desacuerdo, sugiriendo que aún hay un grupo que no adopta una actitud de búsqueda constante.

5. ¿Ha buscado capacitarse en nuevas tecnologías de manera proactiva, sin esperar a que alguien se lo proponga?

Solo el 57% respondió afirmativamente (totalmente de acuerdo 34%, de acuerdo 23%), mientras que un 34% estuvo en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que refleja que la iniciativa propia para capacitarse aún no está plenamente consolidada en todos los emprendedores.

Figura 9

Estadísticas de confiabilidad del instrumento de medición

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.868	21

Nota. El valor del Alfa de Cronbach indica una alta consistencia interna del cuestionario utilizado, con 21 ítems evaluados.

Para Determinar la confiabilidad de la Encuesta se empleó el Alfa de Cronbach y el test de Pearson, en el cual se hizo uso del análisis de fiabilidad basado en el modelo de Alfa de Cronbach, a través del cual Oviedo y Campos afirman que "El valor mínimo que se acepta para el coeficiente de alfa de Cronbach es de 0,70, por lo que si esta debajo de ese valor, la consistencia interna de la escala utilizada es baja, y por otro lado el valor máximo que se espera es del 0.90", los resultados obtenidos demuestran que la encuesta alcanzo un valor de 0.868, por lo que se encuentra dentro del rango requerido, además se consideraron 21 ítems incluidos en el instrumento de investigación.

Figura 10

Distribución de respuestas sobre el uso de herramientas informáticas según rango de edad

		X3_HERRAMIENTAS_INFORMATICAS_1					
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
¿En que rango de edad se encuentra?	18-24 años	24	32	1	1	0	58
	25-34 años	12	35	8	1	0	56
	35- 44 años	9	26	4	2	0	41
	45 años en adelante	1	10	4	10	7	32
Total		46	103	17	14	7	187

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas de los participantes según su rango de edad y nivel de acuerdo respecto al uso de herramientas informáticas en sus emprendimientos.

Relación entre edad y uso de herramientas informáticas (X3_HERRAMIENTAS_INFORMÁTICAS_1)

En base a los resultados obtenidos se observa que la edad entre 18 a 24 años son el grupo que afirmó estar de acuerdo con el uso diario de herramientas informáticas en sus emprendimientos, representando el 96% de ese grupo de edad a diferencia de los emprendedores de 45 años en adelante que presentaron menor acuerdo, con 1 que está totalmente de acuerdo y 10 de desacuerdo, mientras que 17 expresaron su negativa ante esta interrogante, lo que detalla una menor apropiación tecnológica, por lo que se demuestra que el uso de las herramientas digitales disminuye de acuerdo a la edad, lo que demuestra una brecha generacional con la integración tecnológica dentro de los emprendimientos. Estos resultados confirman lo afirmado por Martin (2020), quien sostiene que existen brechas generacionales en el uso de TIC, lo cual incide directamente en la competitividad empresarial.

Figura 11

Distribución de respuestas sobre la capacitación tecnológica según rango de edad

		X6_CAPACITACIÓN_1					
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
¿En que rango de edad se encuentra?	18-24 años	22	18	16	2	0	58
	25-34 años	12	31	11	2	0	56
	35- 44 años	9	22	8	2	0	41
	45 años en adelante	3	4	13	9	3	32
Total		46	75	48	15	3	187

Nota. La tabla muestra la distribución de las respuestas de los participantes según su rango de edad y su nivel de acuerdo respecto a la capacitación tecnológica recibida para sus emprendimientos.

Relación entre edad y acceso a capacitaciones (X6_CAPACITACIÓN_1)

En cuanto a la accesibilidad a capacitaciones virtuales, el grupo que comprende edad entre 18 a 24 años muestra una alta proporción de respuestas positivas 30 en total, sin embargo, se observa una mayor dispersión de respuestas de los grupos de mayor edad, en especial de 45 en adelante, donde encuestados están en desacuerdo y 13 en total desacuerdo, frente a 3 que afirmaron positivamente, lo que demuestra que el acceso o interés a capacitaciones virtuales disminuye con la edad, esto puede deberse a posibles barreras tecnológicas o falta de conocimiento con entornos virtuales

Figura 12

Distribución de respuestas sobre el uso de medios informáticos según el nivel educativo más alto

Tabla cruzada ¿Cuál es su nivel de estudios más alto?*X1_MEDIOS_INFORMATICOS_1_

Recuento

		X1_MEDIOS_INFORMATICOS_1_				Totalmente en desacuerdo	Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo		
¿Cuál es su nivel de estudios más alto?	Primaria	0	8	0	1	1	10
	Secundaria	16	44	21	7	4	92
	Tercer nivel	16	30	4	1	0	51
	Cuarto Nivel	4	4	0	0	0	8
	Superior (Tecnólogos o Técnicos superiores)	4	13	6	1	0	24
	Otros	0	0	0	0	2	2
Total		40	99	31	10	7	187

Nota. La tabla muestra la distribución de respuestas de los participantes según su nivel educativo más alto y su nivel de acuerdo respecto al uso de medios informáticos en sus emprendimientos.

Relación entre nivel educativo y uso de medios informáticos (X1_MEDIOS_INFORMÁTICOS_1)

El nivel educativo parece tener una relación directa con el uso de medios informáticos. Los emprendedores con estudios de tercer nivel (universitarios) fueron los que más respondieron totalmente de acuerdo (16) y de acuerdo (30), mientras que quienes solo tienen primaria mostraron baja aceptación (0 totalmente de acuerdo, 0 de acuerdo) y más bien respuestas neutrales o de desacuerdo. Lo mismo se observa en quienes tienen secundaria, aunque con un nivel intermedio. Este patrón sugiere que, a mayor nivel educativo, mayor familiaridad y uso de medios digitales para fines de emprendimiento, evidenciando la importancia de la formación académica en el desarrollo de habilidades digitales.

Figura 13

Correlación entre habilidades tecnológicas y desempeño en el emprendimiento

		X5_HABILIDADES_1	Y_EMPRENDIMIENTO
X5_HABILIDADES_1	Correlación de Pearson	1	,606**
	Sig. (bilateral)		<,001
	N	187	187
Y_EMPRENDIMIENTO	Correlación de Pearson	,606**	1
	Sig. (bilateral)	<,001	
	N	187	187

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

Nota. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral). Este resultado indica una relación positiva y significativa entre las habilidades tecnológicas y el desempeño en el emprendimiento de los participantes.

Se puede apreciar que la correlación entre las habilidades digitales y el desarrollo emprendedor está por encima del 0,5, por lo que se aprueba la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula que demuestra que no existe relación entre habilidades digitales y desarrollo emprendedor.

Figura 14

Correlación entre capacitación tecnológica y desempeño en el emprendimiento

		X6_CAPACITACIÓN_1	Y_EMPRENDIMIENTO
X6_CAPACITACIÓN_1	Correlación de Pearson	1	,606**
	Sig. (bilateral)		<,001
	N	187	187
Y_EMPRENDIMIENTO	Correlación de Pearson	,606**	1
	Sig. (bilateral)	<,001	
	N	187	187

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

Existe una relación entre la capacitación digital y el uso de TIC y TAC, por tener un valor de 0,606, por lo que se rechaza la hipótesis Nula de que no existe relación.

El estudio realizado sobre los emprendedores de la ciudad de Manta demuestra datos reveladores acerca del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), y las Tecnologías del Aprendizaje y Conocimiento dentro de sus negocios, permitiendo identificar las relaciones significativas entre variables sociodemográficas, niveles de capacitación e integración de tecnologías en la gestión y desarrollo de sus emprendimientos

En cuanto al rango de edades, se observa una mayor concentración de emprendedores entre 25 y 34 años (30%) y un 61% total en el rango de edad entre 18 a 34 años, este es el grupo que más implementa herramientas informáticas en sus emprendimientos, en cambio los emprendedores de 45 años muestran resistencia o menor apropiación tecnológica.

En consecuencia, el acceso a internet presenta resultados positivos, con un 77% de quienes afirman tener conectividad en su lugar de trabajo, sin embargo, un 13% presenta limitaciones, lo que demuestra barreras estructurales que impiden el uso equitativo de herramientas digitales. De acuerdo con Arredondo (2017), la conectividad es una condición necesaria para la adopción plena de TIC, y su ausencia puede amplificar desigualdades tecnológicas.

En lo que respecta al uso de herramientas tecnológicas, un 87% de los encuestados confirma la utilización de aplicaciones como Excel, WhatsApp Business, redes sociales y CRM. Estas herramientas cumplen un papel central en la promoción y gestión del emprendimiento, como también lo señalan Alba (2024), quienes destaca su impacto en la eficiencia operativa y la comunicación con clientes.

No obstante, cuando se trata del uso de plataformas innovadoras para comercialización digital como Shopify o Amazon, solo el 37% de los emprendedores las ha adoptado. Esta baja tasa podría explicarse por la falta de conocimientos específicos o una preferencia por métodos tradicionales. Además, un 30% de los encuestados indicó que no utiliza herramientas para estudios de mercado, lo que indica una limitada aplicación de análisis estratégico a pesar del alto acceso a TIC.

Respecto a las TAC, se evidencia una fuerte disposición al aprendizaje continuo: un 89% está dispuesto a seguir capacitándose, incluso cuando ha tenido dificultades. Sin embargo, solo un 57% lo hace de manera proactiva. Esto sugiere la necesidad de fomentar una cultura de autoformación, también se pudo identificar que el nivel educativo influye en el uso de TIC, por lo que aquellos con educación superior las usan más, lo que valida las

afirmaciones de Pazmiño et al. (2023) sobre la correlación entre formación académica y competencias digitales.

Desde un análisis correlacional, se demostró que existe una relación positiva y significativa entre el uso integrado de TIC y TAC y el desarrollo de los emprendimientos, lo que permitió aprobar la hipótesis alternativa H_{i1} y rechazar la nula H_0 . Este hallazgo reafirma estudios como los de Álvarez al. (2023), quienes destacan que la integración tecnológica se vincula directamente con el crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos.

Los resultados obtenidos reflejan correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre el nivel de emprendimiento y tres factores clave: el uso integrado de las TIC y TAC, la capacitación digital, y las habilidades tecnológicas. Estos hallazgos se alinean con estudios recientes que han demostrado cómo la transformación digital es un motor del desarrollo emprendedor, especialmente en contextos de economías emergentes.

La correlación entre habilidades y emprendimiento ($r = 0.606$, $p < 0.001$) refuerza la idea de que la capacidad de aplicar conocimientos digitales y tecnológicos tiene un impacto directo en la sostenibilidad de los negocios. En efecto, según el artículo Transformación digital y habilidades del profesional de administración de empresas en donde Escobar et, al. (2023), detallan que las habilidades digitales, especialmente las blandas (adaptabilidad, resolución de problemas, trabajo en equipo), son críticas en entornos emprendedores donde la resiliencia y la innovación son necesarias para la supervivencia y el crecimiento.

El hecho de que los coeficientes de correlación entre capacitación y habilidades sean idénticos sugiere que existe una relación sinérgica entre ambas. La capacitación efectiva no solo transmite información, sino que permite el desarrollo práctico de competencias clave. (Obando, 2020) En contextos como el de Manta, donde muchos emprendedores emergen desde la economía informal, diseñar programas integrales de capacitación puede ser determinante para su éxito.

Finalmente, aunque estos resultados no permiten inferir causalidad directa, sí aportan evidencia robusta sobre la relevancia de fomentar políticas públicas orientadas al fortalecimiento de las habilidades digitales y al acceso a recursos tecnológicos en poblaciones emprendedoras. Como concluyen Garzón et, al. (2022), los ecosistemas emprendedores con alta inclusión digital tienen mayores tasas de crecimiento económico local y resiliencia social.

ESTRATEGIAS

En base a la recopilación de información por parte de los Emprendedores acerca de que podría mejorar el uso de estas tecnologías, se obtuvo variedad de respuestas, en las cuales, llegando a una síntesis, se determinaron las siguientes estrategias:

1. FORMACIÓN DIGITAL SEGMENTADA POR EDADES

Los resultados mostraron diferencias en la apropiación tecnológica según la edad de los emprendedores. Por lo tanto, se recomienda implementar programas de capacitación diferenciados:

- Para jóvenes emprendedores (18-34 años), se deben ofrecer talleres avanzados en marketing digital, análisis de datos y comercio electrónico.
- Para emprendedores de 35 años en adelante, se sugiere formación práctica y tutorías personalizadas que reduzcan las barreras en el uso de herramientas digitales.

Esto responde a la brecha generacional detectada, en la que los más jóvenes se apropian con mayor rapidez de la tecnología (Martín, 2020).

2. FORTALECIMIENTO DEL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES DE COMERCIO

Aunque la mayoría utiliza redes sociales y herramientas básicas, se evidenció un bajo nivel de adopción de plataformas innovadoras como Shopify, Amazon, Mercado Libre o Hotmart. Por ello, se recomienda:

- Campañas de difusión con casos de éxito de emprendedores locales que usan estas plataformas.
- Capacitaciones prácticas en creación de tiendas virtuales, gestión de pagos digitales y logística de envíos.
- Alianzas con universidades y cámaras de comercio para generar entornos de incubación digital.

Según Cervantes et al. (2024), la incorporación de plataformas digitales innovadoras incrementa los índices de innovación y competitividad empresarial.

3. ACCESO A CAPACITACIONES CONTINUAS Y PERTINENTES

Muchos emprendedores manifestaron limitaciones en el acceso a capacitaciones virtuales. Se recomienda la creación de un programa de

formación continua en colaboración con instituciones públicas y privadas, con cursos cortos, flexibles y gratuitos. Los contenidos deben incluir:

- Finanzas digitales
- Estrategias de marketing en redes sociales
- Herramientas de productividad en la nube
- Seguridad digital

La CEPAL (2021) advierte que el acceso desigual a la formación tecnológica limita la digitalización plena de los emprendimientos en América Latina.

4. FOMENTO DE LA AUTOFORMACIÓN Y APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Si bien un 89% de emprendedores manifestó disposición a seguir aprendiendo, solo el 57% lo hace de manera proactiva. Esto demuestra la necesidad de fomentar una cultura de autoformación mediante:

- Creación de repositorios de recursos gratuitos (tutoriales, webinars, foros virtuales).
- Plataformas locales con contenidos adaptados a la realidad del emprendedor manabita.
- Incentivos (certificados, reconocimientos) por participación en cursos y autoformación.

Obando (2020) sostiene que la capacitación efectiva impulsa el desarrollo práctico de competencias digitales y aumenta la productividad empresarial.

5. POLÍTICAS DE CONECTIVIDAD Y REDES EXCLUSIVAS PARA EMPRENDEDORES

Un porcentaje de emprendedores reportó limitaciones de conectividad, especialmente en zonas periféricas. Para superar esta barrera estructural se proponen:

- Políticas locales para garantizar internet estable y asequible en áreas comerciales.

- Creación de una red comunitaria de conectividad para emprendedores de Manta, con infraestructura específica para el comercio electrónico y la gestión empresarial.

Arredondo (2017) señala que la conectividad es condición indispensable para la inclusión digital y la competitividad empresarial.

CONCLUSIÓN

El presente estudio permitió analizar las estrategias para el uso integrado de las TIC y TAC en los emprendimientos de la ciudad de Manta, evidenciando que la digitalización constituye un factor determinante para la competitividad y sostenibilidad de los negocios. Los resultados demostraron que la mayoría de emprendedores utilizan de manera frecuente herramientas digitales para la gestión y promoción, y que más del 80% reconoce mejoras en su productividad y habilidades emprendedoras gracias a la incorporación tecnológica. Sin embargo, persisten limitaciones relacionadas con la baja adopción de plataformas innovadoras de comercialización y con el limitado acceso a capacitaciones virtuales.

Se identificaron además diferencias significativas por edad y nivel educativo: los emprendedores jóvenes y con formación superior presentan una mayor apropiación tecnológica, mientras que los de mayor edad muestran barreras en el acceso a capacitaciones y menor uso de herramientas digitales. Esta brecha generacional y académica evidencia la necesidad de estrategias diferenciadas de formación y acompañamiento.

A partir del análisis, se concluye que, aunque existe una actitud positiva hacia la integración tecnológica en los emprendimientos, es indispensable fortalecer las competencias digitales mediante programas de capacitación continua, fomentar la autoformación y garantizar políticas de conectividad que reduzcan la desigualdad en el acceso. Asimismo, la promoción del uso de plataformas digitales de comercio debe convertirse en un eje prioritario para potenciar la innovación y ampliar la competitividad local en mercados nacionales e internacionales.

Finalmente, el aporte de esta investigación radica en proponer un conjunto de estrategias prácticas orientadas a la realidad de los emprendedores de Manta, que integran la dimensión formativa, tecnológica y de políticas públicas, contribuyendo así al desarrollo sostenible de los emprendimientos y al fortalecimiento del ecosistema digital en la ciudad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alay Cedeño, S. C. (2024). Gestión administrativa del programa “emprendimiento” del GAD Manta, 2024. (Tesis de Pregrado). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.
<https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/6539>
- Alba Sánchez, H. (2024). Implementación de estrategias digitales para la optimización de cotizaciones y WhatsApp Business en Kapital Party. Universidad Externado de Colombia.
- Arredondo Ramírez, P. (2017). Conectividad y desigualdad digital en Jalisco, México. *Comunicación y sociedad (Guadalajara)*, 30, 129–165. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300129
- Aguilar Mera, G. A. (2023). FACTORES QUE APORTAN AL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN GUAYAQUIL: FACTORES QUE APORTAN AL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN GUAYAQUIL. *REFCalE: Revista Electrónica Formación Y Calidad Educativa. ISSN 1390-9010*, 11(3), 96–115. Recuperado a partir de <https://refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/3783>
- Álvarez Acosta, R. D. C. (2023). *Análisis del ecosistema universitario de emprendimiento en el Ecuador: una propuesta de mejora para la Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=325710>
- Aponte Rodríguez, J. A., & Villazón Amarís, H. A. (2001). Aspectos básicos del internet como herramienta empresarial. *Ciencia E Ingeniería Neogranadina*, 95–104. <https://www.redalyc.org/pdf/911/91101012.pdf>
- Aucancela, B., & Velasco, V. (2021). GESTIÓN TURÍSTICA COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA MICROCUENCA DEL RÍO CHIMBORAZO, CANTÓN RIOBAMBA. *CHAKIÑAN, REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES*, (13), 102-116. <https://doi.org/10.37135/chk.002.13.06>
- Cabero-Almenara, J., & Palacios-Rodríguez, A. (2021). La evaluación de la educación virtual: las e-actividades. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 24(2), 169–188.
<https://doi.org/10.5944/ried.24.2.28994>
- Calderón Zamora, M. (2013). DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN A LAS TECNOLOGÍAS DEL APRENDIZAJE Y EL CONOCIMIENTO COMO MEDIADORAS PARA DESARROLLAR LA CREATIVIDAD EN CONTEXTOS UNIVERSITARIOS. *REFCalE: Revista Electrónica Formación Y Calidad Educativa. ISSN 1390-9010*, 1(1), 29–40. Recuperado a partir de <https://refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/37>

- Campos Ramos, M. O. (2023). Las Tics y la cultura de emprendimiento de los estudiantes del CETPRO La Unión-Piura 2019. <https://repositorio.usanpedro.edu.pe/server/api/core/bitstreams/fd25bf44-52e6-4a2b-aadb-91e792b179c2/content>
- Castillo Rojas, A., Universidad Pedagógica Experimental Libertador, & Instituto Pedagógico de Barquisimeto. (2008). HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE DESARROLLO DE PENSAMIENTO CREATIVO [Journal-article]. *EDUCERE*, 12–43(43), 741–749. <https://ve.scielo.org/pdf/edu/v12n43/art10.pdf>
- Casimiro Urcos, Walther Hernán, Casimiro Urcos, Consuelo Nora, & Casimiro Urcos, Javier Francisco. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 61-69. Epub 02 de diciembre de 2019. Recuperado en 19 de diciembre de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500061&lng=es&tlng=es.
- Cervantes, J. M. A., Obregón, M. L. R., & Mejía, P. C. I. (2024). Las tecnologías, la innovación y el emprendimiento comunitario como detonantes del desarrollo regional. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10035494>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). Transformación digital para una recuperación sostenible e inclusiva. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5414bf37-b988-4a95-854c-607c397ced38/content>
- Cvetkovic, A; Maguiña, J; Soto, A; Lama, J & Correa, L. (2021). Estudios transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 179-185. <https://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Edwards, J. (2014, 12 septiembre). *Entrepreneurial orientation*. Pressbooks. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/chapter/entrepreneurial-orientation/#return-footnote-67-1>
- From M. (4 de noviembre del 2024) *El Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Sociedad Actual: una Mirada desde la Sociología y la Filosofía*. CEABAD. <https://ceabad.com/2024/06/03/impacto-de-las-tic-en-la-sociedad/>
- Galindez Roman, L. S. ., Ramírez Pareja, A. M. ., & Hernández Suárez, A. . (2024). TIC y Emprendimiento: Reestructuración de Planes de Estudios de Nivel Superior en una Universidad Pública, 2024. *Revista*

Electrónica Sobre Tecnología, Educación Y Sociedad, 11(21). Recuperado a partir de

<https://ctes.org.mx/index.php/ctes/article/view/819>

García-Peñalvo, F. J., Corell, A., Abella-García, V., & Grande, M. (2020). La evaluación online en la educación superior en tiempos de la COVID-19. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 21, 26.

<https://doi.org/10.14201/eks.23086>

Garzón Asanza, AA, Segovia Castro, JS y Mora Coello, RA (2022). Estudio de la Brecha Digital y el Proceso de Enseñanza - Aprendizaje en Ecuador - Caso De Estudio: Universidad Técnica De Machala. *Revista angolana de ciencias*, 4 (1), .[fecha de Consulta 28 de Julio de 2025]. ISSN: . Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=704173394010>.

González Gartland, G. (2008). MEDIOS INFORMÁTICOS EN LA FORMACIÓN DOCENTE: HACIA LA DEFINICIÓN DE UN NUEVO ROL [Article]. *Razón Y Palabra*, Número 63.

<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520798009.pdf>

Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9.

<https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>

Guzmán, G. M., Castro, S. Y. P., & Aguilar, J. T. M. (2016). *Orientación emprendedora y rendimiento en las pequeñas empresas de México*.

https://www.redalyc.org/journal/280/28056724002/html/#redalyc_28056724002_ref34

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A. de C. V. Recuperado de

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/-metodologia-de-la-investigacion-sextaedicion.compressed.pdf>

Obando Changuán, diputado, (2020). Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. *ECA Sinergia*, 11 (2), 166-173. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2254

OVIEDO, H. C. y Campos, A. Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *rev.colomb.psiquiatr.* [en línea]. 2005, vol.34, n.4, pp.572-580. ISSN 0034-7450.

Martín A. M. (2020). La brecha digital generacional. *Dialnet*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7464144>

Montes, Gonzalo. (2000). METODOLOGÍA Y TECNICAS DE DISEÑO Y REALIZACIÓN DE ENCUESTAS EN EL AREA RURAL. *Temas Sociales* , (21), 39-50. Recuperado en 02 de diciembre de 2024, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003&lng=es&tlng=es.

Pazmiño, E. R. A., Murrieta, F. E. R., Morante, A. M. B., & Barco, E. L. M. (2023). Impacto de las TICs en el proceso de Aprendizaje de los estudiantes. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9235462>

Rodrigues N. (20 de enero del 2023). Los 5 indicadores de procesos más relevantes para las empresas. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-indicadores-de-procesos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20indicadores%20de,de%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente>.

Serrato Guana, A. D., Pinzón Alfonso, R. H., & Jiménez Patiño, R. R. (2021). Usos y aprovechamientos de las TIC'S en las Pymes de Bogotá. *Revista Colombiana De Contabilidad - ASFACOP*, 9(17), 169-186. <https://doi.org/10.56241/asf.v9n17.206>

Toala, L. Rengifo, K. (2023). Factores que inciden en el afianzamiento de emprendimientos y su impacto en la economía ecuatoriana. *ECA Sinergia*, 14(3), 142-155. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5930>

Torres Fernández, P. A., (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34), 1-15. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=478054643001>

Villacis, B. A. C., Figueroa, L. S. R., Arroyo, É., & Cabrera, V. V. (2018). La importancia de las TIC en la construcción de opinión pública de los emprendimientos. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 147-160.

Yanza Chávez, W. G. ., Telenchano Toalombo, G. Y. ., & Sandoval Escobar, K. E. . (2022). Los emprendimientos productivos: Las Tic como una herramienta de apoyo indispensable para su promoción y difusión. *Revista Imaginario Social*, 5(2). Recuperado a partir de <http://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/81>

ANEXO 1 CODIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO

DIMENSIONES	ITEMS
	1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
	2. ¿Cuál es su identidad de género?
	3. ¿Cuál es su nivel de estudios más alto?

DATOS GENERALES	4. ¿Qué tipo de emprendimiento tiene usted?
	5. ¿Cuánto tiempo lleva su emprendimiento en el mercado?
MEDIOS INFORMÁTICOS	6. ¿Utiliza diariamente dispositivos informáticos (PC, portátil, tableta) para gestionar las tareas en su emprendimiento?
	7. ¿Utiliza frecuentemente las Tic en su negocio?
SERVICIO DE INTERNET	8. Tiene acceso a internet de manera constante en su lugar de trabajo
HERAMIENTAS INFORMÁTICAS	9. ¿Utiliza herramientas tecnológicas como Excel, whatsapp business, redes sociales o crm en su emprendimiento?
	10. ¿Aplica herramientas tecnológicas principalmente para el marketing y la promoción?
CONOCIMIENTO	11. ¿Utiliza plataformas como youtube, cursos en línea o seminarios para aprender temas relacionados a su negocio?
HABILIDADES	12. ¿Las Tac han contribuido a mejorar sus habilidades como emprendedor?
	13. ¿Considera que el uso de dispositivos digitales ha mejorado la productividad de su emprendimiento?
CAPACITACIÓN	14. ¿Tiene acceso frecuente a capacitaciones virtuales organizadas por instituciones públicas o privadas?
COMPETENCIAS	15. ¿Utiliza herramientas digitales para realizar estudios de mercado o analizar tendencias?
INNOVACIÓN	16. ¿Usted ha utilizado alguna vez canales digitales innovadores (Shopify, Amazon, Hotmart, Mercado libre, ¿entre otras) para comercializar sus productos o servicios?
	17. ¿Considera que la innovación tecnológica es clave para el crecimiento de su negocio?

TOMA DE RIESGOS	18. ¿Está dispuesto a implementar nuevas tecnologías digitales, aunque impliquen un proceso de adaptación o riesgo inicial?
	19. ¿Está dispuesto(a) a seguir aprendiendo y adaptándose incluso si ha tenido dificultades al usar tecnologías digitales en su negocio?
PROACTIVIDAD	20. ¿Busca activamente nuevas herramientas tecnológicas o cursos para mejorar su emprendimiento?
	21. ¿Ha buscado capacitarse en nuevas tecnologías de manera proactiva, sin esperar a que alguien se lo proponga?
SUGERENCIAS	22. Desde su experiencia, ¿qué se podría hacer para mejorar el uso de herramientas tecnológicas y de capacitación digital en los negocios de Manta?

PhD. Rocío Piguave Pérez
Directora Revista REFCALÉ-ULEAM
www.refcale.uleam.edu.ec



TÍTULO LARGO (En mayúsculas sostenida, resaltado en negrita)

(Como regla general entre 9 y 15 palabras o 90 letras. El objeto de investigación debe estar explícito. Debe existir una relación directa entre la temática que se aborda y la idea que se quiere expresar en el título. Claro, preciso, directo, conciso, sugerente e informativo)

TÍTULO CORTO (que ocupe sólo una línea)

(Línea en blanco)

AUTORES: Los metadatos de todos los autores ubicados al momento de registrarse en la revista también deben constar al pie de página (Se detallarán los nombres completos sin el título académico en el orden acordado)

Autor ¹

Autor ²

Autor ³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: (del autor principal)

(Los datos del autor principal (dirección, correos electrónicos, teléfonos deben ser los institucionales.)

Fecha de recepción:

Fecha de aceptación:

RESUMEN/RESUMO (Español/ Portugués).

(Un párrafo. Entre 200 y 250 palabras. Escrito en tiempo pasado. Debe estructurarse según el formato **IMRyD**: Introducción; Metodología (incluirá los procedimientos básicos: diseño, selección de muestra; métodos y/o técnicas de experimentación u observación y de análisis); Resultados y Discusión. Si el resumen es estructurado no debe faltar el objetivo, método, resultados y conclusión.)

¹ Breve resumen curricular: Título universitario y académico, Categoría Docente. Grado científico. Afiliación institucional. Correo, código ORCID, Provincia, País.

² Breve resumen curricular: Título universitario y académico, Categoría Docente. Grado científico. Afiliación institucional, Correo, código ORCID .Provincia, País. Correo electrónico.

³ Breve resumen curricular: Título universitario y académico, Categoría Docente. Grado científico. Afiliación institucional. Correo, código ORCID. Provincia, País. Correo electrónico.

PALABRAS CLAVES/PALAVRAS-CHAVE: Están conformadas por 3 o 5 clave o descriptores significativos (separadas por punto y coma). En la medida de lo posible, se recomienda extraerlas del [Tesauro de ERIC](#) (Education Resources Information Center).

(Línea en blanco)

TÍTULO LARGO EN IDIOMA INGLÉS

(Línea en blanco)

ABSTRACT (Según las indicaciones anteriores)

KEYWORDS: (Según las indicaciones anteriores)

(Línea en blanco)

INTRODUCCIÓN: Fundamentación de los antecedentes y su pertinencia.

(Escribir entre 5-10 párrafos o hasta 1000 palabras. Hacer referencia a la novedad y actualidad del tema -justificativos argumentados-. Incluir aspectos de la estructura planteada en la investigación: problema, objetivos, hipótesis, materiales y métodos. (No se incluirán datos ni conclusiones)

- Fundamentar epistemológicamente el objeto de estudio, considerando las normas establecidas por la última edición de las **Normas APA** para citar los autores dentro del texto y en la bibliografía. El 75% de los documentos referenciados deben tener una antigüedad de hasta 5 años.
- Debe tener subtítulos breves de hasta 6 palabras, con la misma letra y tamaño. Realizar una relatoría del proceso de investigación con una extensión entre 12 páginas.

MATERIALES Y MÉTODOS

- Explicar concretamente el contexto de la investigación y los aspectos metodológicos del proceso investigativo.
- Enunciar los recursos destinados a la investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

- Mostrar estadísticamente los resultados obtenidos durante la investigación.
- Mostrar una postura crítica y reflexiva tanto en las relaciones como en las contradicciones desde los fundamentos epistemológicos abordados.



- Los resultados se presentarán en secuencia lógica y se proveerán solo las estadísticas pertinentes.

En la discusión se interpreta, analiza las implicaciones, limitaciones y se confrontan con la hipótesis planteada considerando la perspectiva de otros autores, tratará los aspectos aportados que **resulten novedosos**.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(Basada en las regulaciones de la última edición de las Normas APA. Incluir solo referencias bibliográficas citadas directa o indirectamente dentro del documento. En el caso de las publicaciones electrónicas es necesario colocar el URL y que este remita directamente al documento citado. **Se recomienda al menos 15 referencias mínimas.**

REQUISITO INDISPENSABLE: Deben citarse autores de artículos anteriores publicados en la REFCAL E.

Recomendaciones generales: para tener en cuenta cuando se redacte el manuscrito.

- Solo se aceptarán artículos subidos en la plantilla de Word para manuscritos, que consta como formato oficial de la Revista.
- El texto general del artículo se presenta en archivo Word, letra Verdana, tamaño de letra 12, excepto la Referencia que debe ser escrita en tipo Times New Román de 10.0 puntos .
- Tamaño carta, con márgenes simétricos, interlineado sencillo.
- Párrafos estructurados entre 4 y 6 oraciones.
- Escriba oraciones cortas, con ideas directas.
- No utilice términos ambiguos, imprecisos, doble negación, gerundios o de difícil comprensión.
- Siga las recomendaciones del lenguaje científico, no utilice la primera persona, las expresiones deben ser en modo impersonal

- No usar negritas, ni subrayado.
- Párrafos ajustados a los márgenes: superior, inferior e interior de 2,5 cm; exterior de 1,5 cm, con sangría en la primera línea.
- Las abreviaturas y los símbolos no se emplearán en títulos ni resúmenes. La primera vez que aparezca se pondrán entre paréntesis, precedidos por el nombre completo de las palabras que agrupa.
- Los gráficos, las tablas y las figuras que se incluyan en el cuerpo del trabajo estarán en formato JPG con una resolución de 72 dpi y un máximo de 580 píxeles.
- En el texto no se repetirá la información presentada en tablas y figuras. Los gráficos serán utilizados como una alternativa a las tablas. El uso de estos para textos no debe ser excesivo, solo se presentarán aquellos que resulten imprescindibles como elementos probatorios de lo expresado. (La escritura será en Times New Roman de 10.0 puntos)
- Los gráficos, tablas y figuras deben estar alineados con el texto.
- Los títulos y fuentes deben ser claros y concisos; y la información debe ser necesaria para ayudar a la lectura. En caso de ser necesaria alguna autorización para la publicación del material, esta corre por cuenta de quien escribe el artículo.
- La extensión total del artículo entre 25 -30 páginas.

PhD. Rocío Piguave Pérez
Directora Revista REFCALÉ-ULEAM
www.refcale.uleam.edu.ec