



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN FINANZAS, CONTADORA PÚBLICA –
AUDITORA**

**TEMA: “COMPETENCIAS DIGITALES DEL TALENTO HUMANO
FRENTE AL NUEVO MODELO DE NEGOCIOS EN LÍNEA Y SU
IMPACTO ECONÓMICO EN EMPRESAS DE SERVICIOS
REGULADAS POR LAS SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS Y
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN COTOPAXI, PERIODO
2017-2018”**

AUTOR: CHANCÚSIG MENDOZA, VIVIANA ELIZABETH

DIRECTOR: ECON: CAICEDO ATIAGA, FRANCISCO MARCELO

LATACUNGA

2018



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**COMPETENCIAS DIGITALES DEL TALENTO HUMANO FRENTE AL NUEVO MODELO DE NEGOCIOS EN LÍNEA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EMPRESAS DE SERVICIOS REGULADAS POR LAS SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS Y ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN COTOPAXI, PERIODO 2017-2018**” fue realizado por la señorita **CHANCÚSIG MENDOZA VIVIANA ELIZABETH**, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, noviembre del 2018



Econ. Francisco Caicedo A.
C.C.:0501421051



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CHANCÚSIG MENDOZA VIVIANA ELIZABETH**, con cédula de identidad N° **1752075422**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“COMPETENCIAS DIGITALES DEL TALENTO HUMANO FRENTE AL NUEVO MODELO DE NEGOCIOS EN LÍNEA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EMPRESAS DE SERVICIOS REGULADAS POR LAS SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS Y ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN COTOPAXI, PERIODO 2017-2018”**, es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Latacunga, noviembre del 2018

Chancúsig Mendoza, Viviana Elizabeth

C.C.: 1752075422



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo, **CHANCÚSIG MENDOZA VIVIANA ELIZABETH**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en el repositorio institucional el trabajo de titulación **“COMPETENCIAS DIGITALES DEL TALENTO HUMANO FRENTE AL NUEVO MODELO DE NEGOCIOS EN LÍNEA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EMPRESAS DE SERVICIOS REGULADAS POR LAS SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS Y ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN COTOPAXI, PERIODO 2017-2018”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, noviembre del 2018

Chancúsig Mendoza, Viviana Elizabeth
C.C.: 1752075422

DEDICATORIA

La vida es una serie de colisiones con el futuro; no es una suma de lo que hemos sido, sino de lo que anhelamos ser.

José Ortega y Casset

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios y al Divino niño Jesús quienes guiaron cada uno de mis pasos para cumplir mis metas y brindaron la fuerza para seguir adelante a todas las personas que me apoyan en cada uno de mis proyectos de vida.

A mis padres Fabián Chancúsig y Zoila Mendoza quienes han apoyado mi formación, me brindaron la motivación y consejos necesarios para cumplir cada meta planteada.

A mis abuelitos Julio Chancúsig y Elisa Aguachela que me han cuidado y consentido para no desanimarme en cada paso que dé.

A mis hermanos Mariela, Henry e Ismael por insistir en que continúe con mi formación.

AGRADECIMIENTO

“El secreto de la felicidad no es hacer siempre lo que se quiere sino querer siempre lo que se hace”

León Tolstoi

A Dios y al Divino niño Jesús quienes me apoyan con sus bendiciones dándome la fuerza necesaria para seguir cumpliendo mis metas y sueños.

Agradezco a mis padres, abuelos y hermanos quienes constantemente me apoyaron para culminar mis estudios universitarios.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL, a mi tutor de tesis Economista Francisco Caicedo quien con su paciencia y enseñanzas me guio para cumplir el presente trabajo de la mejor manera.

Al Ingeniero Luis Lema y al programa de investigación Tecnologías de Información y Comunicación: Impacto en la Economía de las empresas en la provincia de Cotopaxi; Aprobado por el Consejo de Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio según resolución N°003-2017- ESPE-OCEAC del 28 de marzo del 2017.

Finalmente agradezco a todas las personas que directa o indirectamente me han apoyado a culminar el presente trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
RESUMEN	xxi
ABSTRACT	xxii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de investigación	1
1.2 Área de Influencia.....	1
1.2.1 Área de intervención	1
1.2.2 Área de influencia directa	1
1.2.3 Área de influencia indirecta	1
1.3 Planteamiento del problema.....	1
1.3.1 Formulación del problema	2
1.3.2 Análisis macro	2
1.3.3 Análisis meso.....	2
1.3.4 Análisis micro	4
1.3.5 Árbol de problemas.....	7
1.3.6 Prognosis.....	7
1.4 Antecedentes	12
1.5 Justificación e importancia	14

1.6	Objetivos.....	15
1.6.1	Objetivo General.....	15
1.6.2	Objetivos específicos	16
1.7	Sistema de variables.....	16
1.7.1	Definición Nominal	16
1.7.2	Definición Conceptual	16
1.7.3	Cuadro de operacionalización de las variables	18
1.8	Hipótesis	20

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes investigativos.....	21
2.2	Fundamentación teórica.....	22
2.3	Fundamentación conceptual	36
2.4	Fundamentación Legal.....	50

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1	Modalidades de la investigación.....	52
3.2	Tipos de investigación	55
3.2.1	Investigación exploratoria.....	55
3.2.2	Investigación descriptiva	55
3.2.3	Investigación correlacional	56
3.2.4	Investigación explicativa	56
3.2.5	Investigación proyectiva.....	56
3.3	Población y Muestra	57
3.6	Técnicas de recolección de datos.....	60
3.6.1	Instrumentos.....	61
3.7	Técnica de análisis de datos y comprobación de hipótesis	61

CAPÍTULO IV**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

4.1	Análisis de los Resultados	62
4.2	Comprobación de Hipótesis.....	142
4.2.2	Señalamiento de Variables.....	142
4.2.3	Comprobación de la Hipótesis.....	142
4.2.4	Análisis de los impactos económicos	154
	CONCLUSIONES.....	155
	RECOMENDACIONES.....	156

CAPÍTULO V**PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN**

5.1	Datos Informativos	158
5.1.1	Título.....	158
5.1.2	Entidad Ejecutora.....	158
5.1.3	Beneficiarios	158
5.2	Antecedente de la propuesta	158
5.3	Justificación	159
5.4	Objetivos de la propuesta.....	160
5.4.1	Objetivo General.....	160
5.4.2	Objetivos específicos	160
5.5	Diseño de la propuesta.....	161
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	170
	ANEXOS	177

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Análisis DAFO de la transformación digital en el Ecuador</i>	5
Tabla 2	<i>Digitalización: innovación tecnológica, adopción e impacto</i>	9
Tabla 3	<i>Cuadro de operacionalización de las variables</i>	18
Tabla 4	<i>Competencias empresariales a incorporar a la digitalización</i>	24
Tabla 5	<i>Capacitación del talento Humano</i>	26
Tabla 6	<i>Elementos modelo de negocios Canvas</i>	30
Tabla 7	<i>Modelo de Negocios Canvas</i>	30
Tabla 8	<i>Modelos de negocios en internet</i>	31
Tabla 9	<i>Relaciones entre las diferentes entidades de negocio electrónico</i>	33
Tabla 10	<i>Módulo necesario en cualquier sistema de comercio electrónico</i>	35
Tabla 11	<i>Puntuación para los eCommerce AWARDS LATAM</i>	39
Tabla 12	<i>Ganadores eCommerce AWARDS LATAM 2017</i>	39
Tabla 13	<i>Líderes de ecommerce en Ecuador</i>	40
Tabla 14	<i>Tecnologías englobadas en la Industria 4.0</i>	41
Tabla 15	<i>Aplicaciones de la industria 4.0</i>	41
Tabla 16	<i>Habilidades para dirigir proyectos en la era digital</i>	44
Tabla 17	<i>Como crece un start up</i>	45
Tabla 18	<i>Cooperativas de ahorro y crédito segmentación</i>	58
Tabla 19	<i>Empresas forman parte de la muestra reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria</i>	59
Tabla 20	<i>Empresas forman parte de la muestra reguladas por la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros</i>	60
Tabla 21	<i>Segmento de las empresas</i>	62
Tabla 22	<i>Número de empleados segmento 1</i>	63
Tabla 23	<i>Número de empleados segmento 2</i>	63
Tabla 24	<i>Número de empleados segmento 3</i>	63
Tabla 25	<i>Número de trabajadores segmento 4</i>	64
Tabla 26	<i>Número de empleados segmento 5</i>	64
Tabla 27	<i>Número de empleados otros servicios</i>	65
Tabla 28	<i>Empleados que usan equipos de cómputo segmento 1</i>	65

Tabla 29	<i>Empleados que usan equipos de cómputo segmento 2</i>	66
Tabla 30	<i>Empleados que usan equipos de cómputo segmento 3</i>	66
Tabla 31	<i>Empleados que usan equipos de cómputo segmento 4</i>	66
Tabla 32	<i>Empleados que usan equipos de cómputo segmento 5</i>	66
Tabla 33	<i>Empleados que usan equipos de cómputo otros servicios</i>	67
Tabla 34	<i>Computadoras conectadas a internet segmento 1</i>	68
Tabla 35	<i>Computadoras conectadas a internet segmento 2</i>	68
Tabla 36	<i>Computadoras conectadas a internet segmento 3</i>	68
Tabla 37	<i>Computadoras conectadas a internet segmento 4</i>	69
Tabla 38	<i>Computadoras conectadas a internet segmento 5</i>	69
Tabla 39	<i>Computadoras conectadas a internet otros servicios</i>	69
Tabla 40	<i>Educación desarrolla competencias digitales segmento 1</i>	70
Tabla 41	<i>Educación desarrolla competencias digitales segmento 2</i>	70
Tabla 42	<i>Educación desarrolla competencias digitales segmento 3</i>	70
Tabla 43	<i>Educación desarrolla competencias digitales segmento 4</i>	71
Tabla 44	<i>Educación desarrolla competencias digitales segmento 5</i>	71
Tabla 45	<i>Educación desarrolla competencias digitales otros servicios</i>	72
Tabla 46	<i>Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 1</i>	72
Tabla 47	<i>Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 2</i>	73
Tabla 48	<i>Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 3</i>	73
Tabla 49	<i>Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 4</i>	73
Tabla 50	<i>Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 5</i>	74
Tabla 51	<i>Presupuesto anual asignado para la capacitación otros servicios</i>	74
Tabla 52	<i>Capacitación uso de tecnología segmento 1</i>	75
Tabla 53	<i>Capacitación uso de tecnología segmento 2</i>	75
Tabla 54	<i>Capacitación uso de tecnología segmento 3</i>	75
Tabla 55	<i>Capacitación uso de tecnología segmento 4</i>	76
Tabla 56	<i>Capacitación uso de tecnología segmento 5</i>	77
Tabla 57	<i>Capacitación uso de tecnología otros servicios</i>	77
Tabla 58	<i>Autoformación del personal mediante segmento 1</i>	78
Tabla 59	<i>Autoformación del personal mediante segmento 2</i>	79

Tabla 60	<i>Autoformación del personal mediante segmento 3</i>	79
Tabla 61	<i>Autoformación del personal mediante segmento 4</i>	79
Tabla 62	<i>Autoformación del personal mediante segmento 5</i>	79
Tabla 63	<i>Autoformación del personal mediante otros servicios</i>	80
Tabla 64	<i>Autoformación del personal mediante total de empresas</i>	80
Tabla 65	<i>Utiliza plataformas virtuales segmento 1</i>	81
Tabla 66	<i>Utiliza plataformas virtuales segmento 2</i>	81
Tabla 67	<i>Utiliza plataformas virtuales segmento 3</i>	81
Tabla 68	<i>Utiliza plataformas virtuales segmento 4</i>	82
Tabla 69	<i>Utiliza plataformas virtuales segmento 5</i>	82
Tabla 70	<i>Utiliza plataformas virtuales otros servicios</i>	83
Tabla 71	<i>Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 1</i>	83
Tabla 72	<i>Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 2</i>	83
Tabla 73	<i>Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 3</i>	83
Tabla 74	<i>Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 4</i>	84
Tabla 75	<i>Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 5</i>	84
Tabla 76	<i>Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual otros servicios</i>	85
Tabla 77	<i>Competencias digitales segmento 1</i>	86
Tabla 78	<i>Competencias digitales segmento 2</i>	86
Tabla 79	<i>Competencias digitales segmento 3</i>	86
Tabla 80	<i>Competencias digitales segmento 4</i>	87
Tabla 81	<i>Competencias digitales segmento 5</i>	87
Tabla 82	<i>Competencias digitales otros servicios</i>	88
Tabla 83	<i>Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 1</i>	89
Tabla 84	<i>Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 2</i>	89
Tabla 85	<i>Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 3</i>	89
Tabla 86	<i>Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 4</i>	90
Tabla 87	<i>Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 5</i>	90
Tabla 88	<i>Inversión en capacitación uso de tecnología otros servicios</i>	91
Tabla 89	<i>Perfiles de contratación segmento 1</i>	92
Tabla 90	<i>Perfiles de contratación segmento 2</i>	92

Tabla 91	<i>Perfiles de contratación segmento 3</i>	92
Tabla 92	<i>Perfiles de contratación segmento 4</i>	93
Tabla 93	<i>Perfiles de contratación segmento 5</i>	93
Tabla 94	<i>Perfiles de contratación otros servicios</i>	94
Tabla 95	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 1</i>	95
Tabla 96	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 2</i>	95
Tabla 97	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 3</i>	95
Tabla 98	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 4</i>	95
Tabla 99	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 5</i>	95
Tabla 100	<i>Cambio acelerado de la tecnología otros servicios</i>	96
Tabla 101	<i>Iniciativa por a autoformación segmento 1</i>	96
Tabla 102	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 2</i>	97
Tabla 103	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 3</i>	97
Tabla 104	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 4</i>	97
Tabla 105	<i>Cambio acelerado de la tecnología segmento 5</i>	98
Tabla 106	<i>Cambio acelerado de la tecnología otros servicios</i>	99
Tabla 107	<i>Manejo herramientas electrónicas segmento 1</i>	99
Tabla 108	<i>Manejo herramientas electrónicas segmento 2</i>	100
Tabla 109	<i>Manejo herramientas electrónicas segmento 3</i>	100
Tabla 110	<i>Manejo herramientas electrónicas segmento 4</i>	100
Tabla 111	<i>Manejo herramientas electrónicas segmento 5</i>	101
Tabla 112	<i>Manejo herramientas electrónicas otros servicios</i>	101
Tabla 113	<i>Transformación digital es un proceso segmento 1</i>	102
Tabla 114	<i>Transformación digital es un proceso segmento 2</i>	102
Tabla 115	<i>Transformación digital es un proceso segmento 3</i>	103
Tabla 116	<i>Transformación digital es un proceso segmento 4</i>	103
Tabla 117	<i>Transformación digital es un proceso segmento 5</i>	104
Tabla 118	<i>Transformación digital es un proceso otros servicios</i>	104
Tabla 119	<i>Entorno de trabajo abierto segmento 1</i>	105
Tabla 120	<i>Entorno de trabajo abierto segmento 2</i>	105
Tabla 121	<i>Entorno de trabajo abierto segmento 3</i>	105

Tabla 122 <i>Entorno de trabajo abierto segmento 4</i>	106
Tabla 123 <i>Entorno de trabajo abierto segmento 5</i>	106
Tabla 124 <i>Entorno de trabajo abierto otros servicios</i>	107
Tabla 125 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 1</i>	107
Tabla 126 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 2</i>	107
Tabla 127 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 3</i>	107
Tabla 128 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 4</i>	108
Tabla 129 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 5</i>	108
Tabla 130 <i>Programas satisfacción necesidades otros servicios</i>	109
Tabla 131 <i>Cambiar gestión tradicional segmento 1</i>	109
Tabla 132 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 2</i>	109
Tabla 133 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 3</i>	110
Tabla 134 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 4</i>	110
Tabla 135 <i>Programas satisfacción necesidades segmento 5</i>	111
Tabla 136 <i>Programas satisfacción necesidades otros servicios</i>	111
Tabla 137 <i>Ahorro de recursos financieros segmento 1</i>	112
Tabla 138 <i>Ahorro de recursos financieros segmento 2</i>	112
Tabla 139 <i>Ahorro de recursos financieros segmento 3</i>	112
Tabla 140 <i>Ahorro de recursos financieros segmento 4</i>	113
Tabla 141 <i>Ahorro de recursos financieros segmento 5</i>	113
Tabla 142 <i>Ahorro de recursos financieros otros servicios</i>	114
Tabla 143 <i>Ahorro de recursos humanos segmento 1</i>	115
Tabla 144 <i>Ahorro de recursos humanos segmento 2</i>	115
Tabla 145 <i>Ahorro de recursos humanos segmento 3</i>	115
Tabla 146 <i>Ahorro de recursos humanos segmento 4</i>	116
Tabla 147 <i>Ahorro de recursos humanos segmento 5</i>	116
Tabla 148 <i>Ahorro de recursos humanos otros servicios</i>	117
Tabla 149 <i>Ahorro de recursos materiales segmento 1</i>	118
Tabla 150 <i>Ahorro de recursos materiales segmento 2</i>	118
Tabla 151 <i>Ahorro de recursos materiales segmento 3</i>	118
Tabla 152 <i>Ahorro de recursos materiales segmento 4</i>	119

Tabla 153 <i>Ahorro de recursos materiales segmento 5</i>	119
Tabla 154 <i>Ahorro de recursos materiales otros servicios</i>	120
Tabla 155 <i>Ahorro de recursos tecnológicos segmento 1</i>	121
Tabla 156 <i>Ahorro de recursos tecnológicos segmento 2</i>	121
Tabla 157 <i>Ahorro de recursos tecnológicos segmento 3</i>	121
Tabla 158 <i>Ahorro de recursos tecnológicos segmento 4</i>	121
Tabla 159 <i>Ahorro de recursos tecnológicos segmento 5</i>	122
Tabla 160 <i>Ahorro de recursos tecnológicos otros servicios</i>	123
Tabla 161 <i>Transacciones en línea captación segmento 1</i>	124
Tabla 162 <i>Transacciones en línea captación segmento 2</i>	124
Tabla 163 <i>Transacciones en línea captación segmento 3</i>	124
Tabla 164 <i>Transacciones en línea captación segmento 4</i>	125
Tabla 165 <i>Transacciones en línea captación segmento 5</i>	125
Tabla 166 <i>Transacciones en línea compras otros servicios</i>	126
Tabla 167 <i>Transacciones en línea colocación segmento 1</i>	127
Tabla 168 <i>Transacciones en línea colocación segmento 2</i>	127
Tabla 169 <i>Transacciones en línea colocación segmento 3</i>	127
Tabla 170 <i>Transacciones en línea colocación segmento 4</i>	128
Tabla 171 <i>Transacciones en línea colocación segmento 5</i>	128
Tabla 172 <i>Transacciones en línea ventas otros servicios</i>	129
Tabla 173 <i>Economía Beneficio segmento 1</i>	130
Tabla 174 <i>Economía Beneficio segmento 2</i>	130
Tabla 175 <i>Economía Beneficio segmento 3</i>	130
Tabla 176 <i>Economía Beneficio segmento 4</i>	131
Tabla 177 <i>Economía Beneficio segmento 5</i>	131
Tabla 178 <i>Economía Beneficio otros servicios</i>	132
Tabla 179 <i>Empleo Beneficio segmento 1</i>	133
Tabla 180 <i>Empleo Beneficio segmento 3</i>	133
Tabla 181 <i>Empleo Beneficio segmento 4</i>	133
Tabla 182 <i>Empleo Beneficio segmento 5</i>	134
Tabla 183 <i>Empleo Beneficio otros servicios</i>	135

Tabla 184 Empleo Perjuicio segmento 2.....	135
Tabla 185 Empleo Perjuicio segmento 3.....	135
Tabla 186 Empleo Perjuicio segmento 4.....	136
Tabla 187 Empleo Perjuicio segmento 5.....	136
Tabla 188 Medio Ambiente beneficio segmento 1	137
Tabla 189 Medio Ambiente beneficio segmento 2.....	137
Tabla 190 Medio Ambiente beneficio segmento 3.....	137
Tabla 191 Medio Ambiente beneficio segmento 4.....	138
Tabla 192 Medio Ambiente beneficio segmento 5.....	138
Tabla 193 Medio Ambiente beneficio otros servicios	139
Tabla 194 Medio Ambiente perjuicio segmento 4.....	140
Tabla 195 Tabla cruzada entre presupuesto y segmento	140
Tabla 196 Tabla cruzada entre presupuesto y número de trabajadores.....	141
Tabla 197 Tabla cruzada entre competencias digitales y economía beneficio segmento 3..	143
Tabla 198 Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía segmento 3	143
Tabla 199 Tabla cruzada entre competencias digitales y economía beneficio segmento 4..	144
Tabla 200 Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía beneficio segmento 4	144
Tabla 201 Tabla cruzada entre competencias digitales y economía beneficio segmento 5..	145
Tabla 202 Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía beneficio segmento 5	145
Tabla 203 Tablas cruzadas entre competencias digitales y economía beneficio recopilado	146
Tabla 204 Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía beneficio recopilado	146
Tabla 205 Tabla cruzada entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 3.....	147
Tabla 206 Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 3.....	147
Tabla 207 Tablas cruzadas entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 5...	148
Tabla 208 Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 5.....	148
Tabla 209 Tablas cruzadas entre competencias digitales y empleo beneficio recopilado ...	149

Tabla 210 <i>Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y empleo beneficio recopilado</i>	149
Tabla 211 <i>Tablas cruzadas entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 3</i>	150
Tabla 212 <i>Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 3</i>	150
Tabla 213 <i>Tabla cruzada entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 4</i>	151
Tabla 214 <i>Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 4</i>	151
Tabla 215 <i>Tablas cruzadas entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 5</i>	152
Tabla 216 <i>Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 5</i>	152
Tabla 217 <i>Tablas cruzadas entre competencias digitales y medio ambiente beneficio recopilado</i>	153
Tabla 218 <i>Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio recopilado</i>	153
Tabla 219 <i>Tecnologías que forman parte de Business Intelligence</i>	162
Tabla 220 <i>Beneficios de Business Intelligence</i>	162
Tabla 221 <i>Microsoft Dynamics 365</i>	163
Tabla 222 <i>Oracle</i>	164
Tabla 223 <i>Cognos IBM</i>	165
Tabla 224 <i>QlikView</i>	166
Tabla 225 <i>Atennea</i>	166
Tabla 226 <i>Plataforma B2E</i>	168

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	América Latina y el Caribe (países seleccionados): población cubierta por redes 3G y 4G, 2017	3
Figura 2	Árbol de problemas.....	7
Figura 3	Estructura tetrádica	35
Figura 4	Segmento de las empresas	62
Figura 5	Número de empleados segmento 3	64
Figura 6	Número de trabajadores segmento 4.....	64
Figura 7	Número de empleados otros servicios	65
Figura 8	Empleados que usan equipos de cómputo segmento 5	67
Figura 9	Empleados que usan equipos de cómputo otros servicios	67
Figura 10	Computadoras conectadas a internet segmento 3	68
Figura 11	Computadoras conectadas a internet segmento 5	69
Figura 12	Educación desarrolla competencias digitales segmento 3	70
Figura 13	Educación desarrolla competencias digitales segmento 4	71
Figura 14	Educación desarrolla competencias digitales segmento 5	71
Figura 15	Educación desarrolla competencias digitales otros servicios	72
Figura 16	Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 3	73
Figura 17	Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 4	74
Figura 18	Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 5	74
Figura 19	Capacitación uso de tecnología segmento 3	76
Figura 20	Capacitación uso de tecnología segmento 4	76
Figura 21	Capacitación uso de tecnología segmento 5	77
Figura 22	Capacitación uso de tecnología otros servicios	78
Figura 23	Autoformación del personal mediante total empresas	80
Figura 24	Utiliza plataformas virtuales segmento 3	82
Figura 25	Utiliza plataformas virtuales segmento 4	82
Figura 26	Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 3	84
Figura 27	Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 4	84
Figura 28	Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 5	85
Figura 29	Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual otros servicios.....	85

Figura 30 Competencias digitales segmento 3.....	86
Figura 31 Competencias digitales segmento 4.....	87
Figura 32 Competencias digitales segmento 5.....	88
Figura 33 Competencias digitales otros servicios.....	88
Figura 34 Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 3.....	89
Figura 35 Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 4.....	90
Figura 36 Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 5.....	91
Figura 37 Inversión en capacitación uso de tecnología otros servicios.....	91
Figura 38 Perfiles de contratación segmento 3.....	92
Figura 39 Perfiles de contratación segmento 4.....	93
Figura 40 Perfiles de contratación segmento 5.....	94
Figura 41 Perfiles de contratación otros servicios.....	94
Figura 42 Cambio acelerado de la tecnología segmento 5.....	96
Figura 43 Cambio acelerado de la tecnología segmento 3.....	97
Figura 44 Cambio acelerado de la tecnología segmento 4.....	98
Figura 45 Cambio acelerado de la tecnología segmento 5.....	98
Figura 46 Cambio acelerado de la tecnología otros servicios.....	99
Figura 47 Manejo herramientas electrónicas segmento 3.....	100
Figura 48 Manejo herramientas electrónicas segmento 4.....	101
Figura 49 Manejo herramientas electrónicas segmento 5.....	101
Figura 50 Manejo herramientas electrónicas otros servicios.....	102
Figura 51 Transformación digital es un proceso segmento 3.....	103
Figura 52 Transformación digital es un proceso segmento 4.....	103
Figura 53 Transformación digital es un proceso segmento 5.....	104
Figura 54 Transformación digital es un proceso otros servicios.....	104
Figura 55 Entorno de trabajo abierto segmento 3.....	106
Figura 56 Entorno de trabajo abierto segmento 4.....	106
Figura 57 Programas satisfacción necesidades segmento 3.....	108
Figura 58 Programas satisfacción necesidades segmento 4.....	108
Figura 59 Programas satisfacción necesidades segmento 5.....	109
Figura 60 Programas satisfacción necesidades segmento 3.....	110

Figura 61 Programas satisfacción necesidades segmento 4.....	110
Figura 62 Programas satisfacción necesidades segmento 5.....	111
Figura 63 Ahorro de recursos financieros segmento 3.....	112
Figura 64 Ahorro de recursos financieros segmento 4.....	113
Figura 65 Ahorro de recursos financieros segmento 5.....	114
Figura 66 Ahorro de recursos financieros otros servicios.....	114
Figura 67 Ahorro de recursos humanos segmento 3.....	115
Figura 68 Ahorro de recursos humanos segmento 4.....	116
Figura 69 Ahorro de recursos humanos segmento 5.....	117
Figura 70 Ahorro de recursos humanos otros servicios.....	117
Figura 71 Ahorro de recursos materiales segmento 3.....	118
Figura 72 Ahorro de recursos materiales segmento 4.....	119
Figura 73 Ahorro de recursos materiales segmento 5.....	120
Figura 74 Ahorro de recursos materiales otros segmentos.....	120
Figura 75 Ahorro de recursos tecnológicos segmento 4.....	122
Figura 76 Ahorro de recursos tecnológicos segmento 5.....	122
Figura 77 Ahorro de recursos tecnológicos otros servicios.....	123
Figura 78 Transacciones en línea captación segmento 3.....	124
Figura 79 Transacciones en línea captación segmento 4.....	125
Figura 80 Transacciones en línea captación segmento 5.....	126
Figura 81 Transacciones en línea compras otros servicios.....	126
Figura 82 Transacciones en línea colocación segmento 3.....	127
Figura 83 Transacciones en línea colocación segmento 4.....	128
Figura 84 Transacciones en línea colocación segmento 5.....	129
Figura 85 Transacciones en línea ventas otros servicios.....	129
Figura 86 Economía Beneficio segmento 3.....	130
Figura 87 Economía Beneficio segmento 4.....	131
Figura 88 Economía Beneficio segmento 5.....	132
Figura 89 Economía Beneficio otros servicios.....	132
Figura 90 Empleo Beneficio segmento 3.....	133
Figura 91 Empleo Beneficio segmento 4.....	134

Figura 92 Empleo Beneficio segmento 5	134
Figura 93 Empleo Perjuicio segmento 3	135
Figura 94 Medio Ambiente beneficio segmento 3	137
Figura 95 Medio Ambiente beneficio segmento 4	138
Figura 96 Medio Ambiente beneficio segmento 5	139
Figura 97 Medio Ambiente beneficio otros servicios	139

RESUMEN

El avance de la tecnología y la utilización de una red externa para realizar negocios han generado en las empresas un cambio en la manera de operar, el talento humano tiene que contar con competencias relacionadas a la era digital, permitiendo que la empresa no se quede atrás ante los avances tecnológicos que intervienen en los negocios. Tomando en cuenta estos aspectos el presente trabajo de investigación analiza si las empresas del sector servicios cuentan con los recursos para desarrollar una nueva manera de realizar sus actividades con la digitalización, si su talento humano puede aprovechar estos recursos con sus competencias digitales y que impacto económico generará. Con la aplicación del instrumento de recolección de datos, la encuesta aplicada a 29 empresas del sector servicios se determinó que sí existe los elementos necesarios en cada institución para realizar negocios en línea, las competencias digitales del talento humano son buenas en la gestión de negocios con la ayuda de la tecnología, además se identificó que el uso de la digitalización en la empresa generaría un impacto beneficioso en la economía, empleo y medio ambiente. Para finalizar se realizó una guía de las herramientas de negocios inteligentes que se puede aplicar en cada empresas para mejorar su productividad y acompañado de una estructura de empresa ha empleado (B2E) que permitirá al talento humano mejorar sus competencias digitales.

PALABRAS CLAVE

- **NEGOCIOS - USO DE TECNOLOGÍAS**
- **TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**
- **EMPRESAS DE SERVICIOS**
- **TALENTO HUMANO**

ABSTRACT

The advancement of technology and the use of an external network to do business have generated in companies a change in the way of operating, human talent has to have competencies related to the digital age, allowing the company not to be left behind to the technological advances that are involved in business. Taking these aspects into account the present research analyzes whether the services sector companies have the resources to develop a new way of doing their activities with the digitization, if their human talent can take advantage of these Resources with their digital skills and what economic impact it would generate. With the application of the data collection instrument, the survey applied to 29 companies in the service sector was determined that there is the necessary elements in each institution to conduct online business, the digital competencies of human talent are Good in business management with the help of technology, it was also identified that the use of digitalization in the company would generate a beneficial impact on the economy, employment and the Environment. Finally, a guide was made to the smart business tools that can be applied in each company to improve their productivity and accompanied by a company structure (B2E) that will allow human talent to improve their digital skills.

KEYWORDS

- **BUSINESS - USE OF TECHNOLOGIES**
- **INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES**
- **SERVICE COMPANIES**
- **HUMAN TALENT**

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de investigación

“Competencias digitales del talento humano frente al nuevo modelo de negocios en línea y su impacto económico en empresas de servicios reguladas por las superintendencias de Compañías y Economía Popular y Solidaria en Cotopaxi, periodo 2017-2018”

1.2 Área de Influencia

Provincia de Cotopaxi.

1.2.1 Área de intervención

Empresas del sector servicios en la provincia de Cotopaxi.

1.2.2 Área de influencia directa

Empresas del sector servicios que utilicen tecnología e internet para satisfacer necesidades.

1.2.3 Área de influencia indirecta

Empresas que busquen ampliar el mercado mediante sistemas digitales en la provincia de Cotopaxi.

1.3 Planteamiento del problema

El problema central de la presente investigación es la competencia digital que debe poseer el talento humano frente al nuevo entorno de negocio: Parte desde la metodología de formación del talento humano frente a la tecnología que permite el acceso a nuevos modelos competitivos de

negocios en el mercado y la capacidad de acoplamiento por parte de la empresa y su personal a las nuevas tecnologías.

1.3.1 Formulación del problema

1.3.2 Análisis macro

La digitalización es un proceso que no tiene retroceso y se desarrolla con mayor fuerza en los países desarrollados a nivel mundial, la utilización del nuevo modelo de negocios mediante las plataformas virtuales se están volviendo una necesidad para todas las empresas del mundo permitiendo un aumento de clientes en la venta de bienes y servicios. Mientras un país desarrolle economía digital con las capacidades del talento humano para el manejo de las plataformas y las respectivas medidas de control para el uso, los ingresos económicos irán creciendo.

CEPAL (2016) nos dice que:

La digitalización de contenidos, el desarrollo de plataformas de transporte sobre la base del protocolo IP, la difusión de Internet en todo el mundo y la disponibilidad de dispositivos multifuncionales como la tecnología, no solo han generado cambios en los patrones de uso de los servicios de telecomunicaciones, los contenidos y los medios de información. El efecto combinado de estas tecnologías ha transformado la organización industrial de estos sectores al facilitar la convergencia de sus cadenas de valor en una estructura interdependiente. Esta transformación no solo modifica la manera de realizar negocios y las firmas existentes, sino que promueve la aparición de nuevas empresas que inician funciones de intermediación, así como nuevos modelos de negocios en sectores adyacentes a estas industrias. (p.23)

1.3.3 Análisis meso

América Latina aún tiene largas brechas para el acceso a tecnologías digitales, que conlleva a la utilización de internet y las diversas plataformas que las empresas pretenden utilizar en sus negocios, las condiciones socioeconómicas que se están dando en diversos países latinoamericanos también afecta al desarrollo de estos sectores tecnológicos.

En América Latina y el Caribe según CEPAL (2016):

Aún existen brechas de acceso y apropiación de las tecnologías digitales que requieren desarrollar servicios de cobertura en zonas no atendidas e incentivos para promover la apropiación de las tecnologías digitales por algunos segmentos de la población que requieren del servicio y no cuentan con él. La demanda de banda ancha a incrementado surgiendo la necesidad de implementar planes nacionales con intervención directa del Estado y que instrumenten subsidios o préstamos a tasas preferenciales. (p.77)

El servicio de internet es uno de los más usados para realizar economía digital, en américa latina aún existen brechas con diferentes dificultades en cada país miembro, el cambio de cobertura 3G a 4G ha aumentado anualmente en un porcentaje mayor al cien por ciento que debe ser aprovechado por personas y empresas para acceder a una era en donde la digitalización da oportunidades de negocios.

Según Patiño, Poveda y Martínez (2018):

El acceso universal a los servicios digitales que promuevan la creación de contenidos que serán utilizados en internet. Los avances de cobertura móvil en la región han aumentado, como se observa en el gráfico siguiente, para el año 2017, de 18 países analizados, seis tienen una cobertura 4G superior al 80% de su población y otros ocho muestran una cobertura superior a 60%. Se destaca una mayor cobertura a través de tecnologías 4G en el caso de los países del Cono Sur y República Dominicana. Las conexiones 4G en la región aumento de 51 millones en 2015 a 113 millones hacia finales de 2016, experimentando un crecimiento anual del 121%.

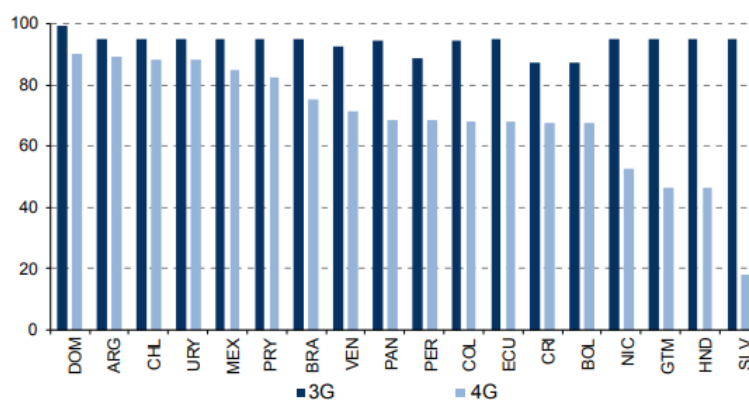


Figura 1. América Latina y el Caribe (países seleccionados): población cubierta por redes 3G y 4G, 2017

Fuente: (Patiño, Poveda, & Martínez, 2018)

En América Latina y el Caribe en las empresas se mantiene una barrera ya que el uso de tecnologías consiste en equipos de cómputo e internet solo para las actividades básicas, existen dificultades para utilizar la tecnología en la búsqueda de valor para las empresas, esto se desencadena por las limitaciones y calidad de la red de internet en cada país, el talento humano y estructura de cada país.

Según Patiño, Poveda y Martínez (2018) con la información que se encuentra disponible el autor afirma que:

Gran parte de la región utiliza las TIC pero de una forma básica con los equipos de cómputo e internet, pero encuentran dificultades para realizar usos más sofisticados de estas tecnologías, que aplicadas en el negocio pueden agregar valor a su negocio y mejorar su productividad. El comercio electrónico es poco tiene poca diversificación y es muy limitada en la región. Estas deficiencias están estrechamente relacionadas con los fenómenos señalados anteriormente, como son las limitaciones en la asequibilidad y la calidad de Internet, las limitaciones de capital humano, la baja penetración de medios de pago y naturaleza poco diversificada de la estructura productiva. (p.27)

1.3.4 Análisis micro

El Ecuador y su proceso de acoplamiento de las tecnologías de información parten desde el conocimiento básico que deben tener los participantes de la empresa para que puedan innovar según los nuevos modelos de negocios digitales que se presenta a nivel mundial. El despliegue acelerado de las nuevas tendencias tecnológicas, la actual seguridad en accesos y el tratamiento de la información en la red, y el desconocimiento del talento humano sobre las herramientas tecnológicas genera numerosos riesgos a los que voluntaria e involuntariamente se pueden exponer sea cuales quiera de las áreas en las que se desenvuelva.

En el Ecuador según NU. CEPAL (2016) afirma que:

El Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de Información tiene diversos programas realizados para incrementar de las TIC, como el Plan Nacional de Desarrollo de Banda Ancha, que “busca generar condiciones de uso del espectro


radioeléctrico para adaptar nuevas formas en la industria que proporciona servicios inalámbricos, garantizando el uso eficiente del espectro y una competencia equitativa, para satisfacer la demanda de los servicios y promover la reducción de precios”. Además, existe el Programa de Acceso Universal a las Tecnologías de Información y Comunicación, que incluye iniciativas enfocadas en el alistamiento digital de la población para su desarrollo económico, social, cultural, solidario e inclusivo de la comunidad. (p.38)

En un análisis DAFO realizado por Telecom Advisory Services indican que el Ecuador tiene buenas oportunidades para la transformación digital, por la cobertura de internet existente en el país, el impulso por parte del gobierno para el manejo de internet en sus operaciones, la creación de un régimen que permite el acceso a las nuevas tecnologías por todos los sectores de una manera equitativa, sin embargo hay que tomar en cuenta que a pesar de los planes e impulsos que se realizan en el país aún no existe la correspondiente regularización para el uso de TIC y la iniciativa por parte de las personas para introducirse en la era de la tecnología. Aprovechar las oportunidades que la tecnología ofrece depende no solo de las personas también intervienen las instituciones gubernamentales que rigen en cada país.

Tabla 1

Análisis DAFO de la transformación digital en el Ecuador

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Elevada cobertura de 3G • Importante densidad de infocentros (854) • Bajo porcentaje de analfabetismo digital (12.2%) • Arquitectura institucional centralizada alrededor del MINTEL y ARCOTEL para la gestión de políticas publicas • Elevado uso de Internet en los hogares • Incremento de la conectividad internacional con uno de los mayores 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan nacional de Telecomunicaciones bien estructurado en términos de múltiples objetivos dentro del ecosistema • Nivel de competencia adecuado en banda ancha fija y móvil en grandes ciudades • Avance importante en desarrollo de industrias digitales, particularmente en el sector de servicios de programación informática, aunque todavía impacto limitado en el PIB • Promoción de plataformas de gobierno electrónico para transformar la relación del gobierno con los ciudadanos • Promoción de la digitalización de la

CONTINÚA 

<p>anchos de banda internacional y existencia de infraestructuras locales para internet (IXP) con gran capacidad</p>	<p>producción, enfatizando industrias manufactureras, hidrocarburos, y pymes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promover el uso de comercio electrónico
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Baja cobertura de 4G • Penetración de telefonía móvil más baja dentro de América Latina y el Caribe • Baja penetración de telefonía móvil, banda ancha móvil, debido a la reducida asequibilidad (precios muy altos) • Volumen de inversión limitado para alcanzar las necesidades de despliegue de redes de última generación (4G, IoT, y fibra óptica) • Baja adopción de tecnologías digitales en empresas (10.18% de empresas con Internet) • Pobre desarrollo del capital humano, especialmente en cuanto al número de investigadores, a la capacidad innovadora y a la colaboración universidad-empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Retraso tanto en el marco legislativo de ciberseguridad y de protección contra la piratería de software • Las políticas de contención del déficit pueden limitar la importación de equipamiento de redes, lastrando el despliegue de las mismas

Fuente: (Telecom Advisory Services, LLC., 2017)

1.3.5 Árbol de problemas

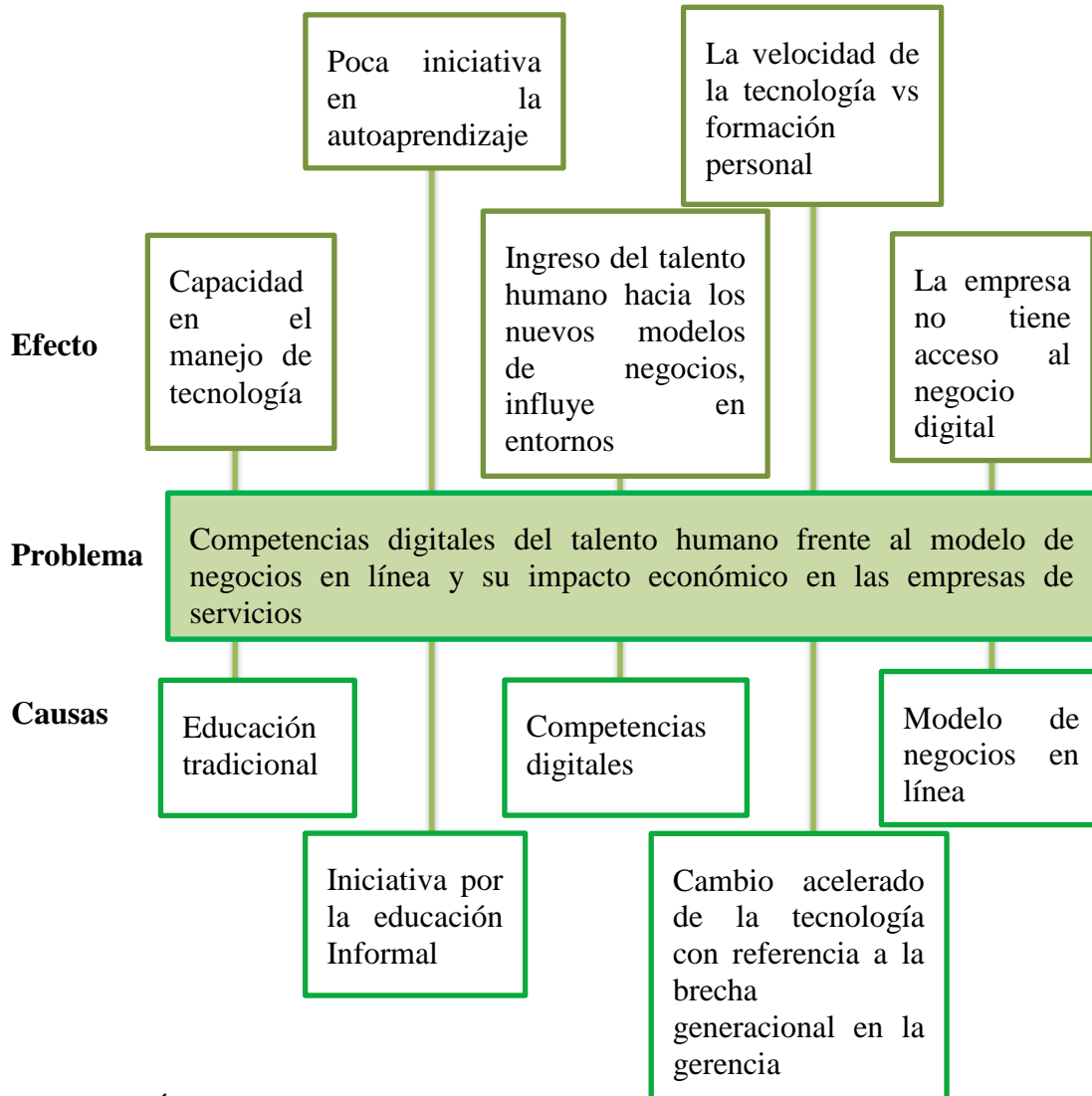


Figura 2. Árbol de problemas

1.3.6 Prognosis

a) Causas

Educación tradicional

La educación tradicional se basa en la utilización de métodos habituales de enseñanza, las herramientas tecnológicas no son aprovechadas ya que las instalaciones son deficientes en

relación a la cantidad de alumnos existentes, la adquisición de competencias digitales inicia con la utilización de la tecnología y la iniciativa por el manejo de materiales de internet.

Según las conclusiones de la investigación Las TIC y la Educación Ecuatoriana en tiempos de internet de Navarrete y Mendieta (2018) afirman:

En Ecuador se debe realizar priorizaciones a la hora de asignar recursos del presupuesto de educación para la implementación de estas herramientas en instituciones educativas en especial las públicas y principalmente en las zonas rurales, las acciones del gobierno ha implementado recursos importantes con la creación de las escuelas del nuevo milenio, aún existen muchas escuelas que la falta de tecnología forman parte de su realidad. (p.133)

Iniciativa por la educación Informal

La educación informal aborda la iniciativa que las personas tienen para aprovechar diferentes sitios web como edx, canvas que tienen un acceso gratis para cursos en línea de diferentes temáticos, la utilización de diferentes metodologías de enseñanza aprendizaje como el e-learning y m-learning son muy útiles y fáciles en la búsqueda de adquirir nuevos conocimientos.

Según Matías y Pérez (2014) mencionan:

Las nuevas tendencias en educación a distancia están marcando el desarrollo de una educación abierta, libre y que está orientada al uso de las tecnologías en una mayor proporción al uso de la web con internet que están al alcance de toda persona. Las MOOC (Massive Open Online Courses), o en español Cursos en Línea Masivos y Abiertos se está desarrollando en los últimos años, como una tendencia en educación a distancia principalmente en los países que alcanzan un mayor desarrollo. (p. 42)

Competencias digitales

Las competencias digitales son los conocimientos que se van adquiriendo en el transcurso de la educación formal e informal sobre el uso de tecnologías, las mismas que va en conjunto con las habilidades y el poder de adaptación a los cambios que la era digital impone con sus beneficios y perjuicios en todos los ámbitos en el que se desarrollan los seres humanos.

Según UNESCO (2018):

Para prosperar en la economía y la sociedad conectadas, no bastan las competencias digitales; estas deben funcionar junto con otras nuevas competencias en habilidades cognitivas y no cognitivas que complementan las aptitudes, las habilidades de lectoescritura y resolución de aritmética al igual que otras competencias de la persona buscando un desarrollo crítico e innovador, con la capacidad de resolver problemas. (p. 3)

Cambio acelerado de la tecnología referencia brecha generacional en la gerencia

La tecnología tiene un avance acelerado y las nuevas generaciones tienen las facilidades para el manejo de las mismas, el actual talento humano de las empresas al pertenecer a una generación anterior a la era digital no tiene completamente desarrolladas las aptitudes necesarias para el manejo de los negocios utilizando internet y no considera necesario la innovación de gestión de negocios utilizando este medio.

Tabla 2

Digitalización: innovación tecnológica, adopción e impacto

Innovación tecnológica	Desarrollo	Adopción	Impacto económico y social
1era ola: computación, banda ancha, telecomunicaciones móviles	1950-1975	1960-2000	1990-2010
2da ola: Plataformas de Internet, computación en la nube	1970-1990	1995- en proceso	2005- en proceso
3er ola: Internet de las Cosas, Robótica, Inteligencia Artificial, Aprendizaje de máquinas, Blockchain	1980- en proceso	2010- en proceso	2020- en proceso

Fuente: Tomado de (Katz, 2018) en un Documento de la CEPAL Titulado Capital Humano para la transformación digital en América Latina

Modelo de negocios en línea

El modelo de negocios se desarrolla en línea el cual busca acercar a la empresa de manera directa con el cliente facilitando sus experiencia de compra y pago de bienes o servicios, la

gestión digital de negociación requiere que el talento humano de una empresa tenga las aptitudes necesarias para su manejo y desarrollo, permitiendo introducir su negocio a la era digital.

Según Roca, (2014)

El transformar digitalmente a una empresa es ir hacia el futuro de los negocios que van utilizando la tecnología como una aliada para lograr mejoras radicales y disruptivas que con el pasar del tiempo generaran impactos radicales, esto ante otras empresas puede convertirse en ventajas competitivas, pero el rápido avance que tiene involucra a la tecnología como requisito para sobrevivir. (p.5)

b) Efectos

Capacidad en el manejo de tecnología

Tener capacidad en el manejo de tecnología por parte de empresarios y consumidores es de vital importancia ya que el talento humano debe desarrollar competencias para gestionar negocios mediante la red, mientras que los consumidores buscan nuevas experiencias en la satisfacción de sus necesidades utilizando herramientas tecnológicas.

Según (Bautista, Martínez, & Hiracheta, 2014)

Las aplicaciones de la tecnología en los niveles educativos han ido evolucionando y se han manifestado rápidamente; en la búsqueda por alcanzar una educación de primer mundo, es factible otorgar mayor énfasis en el recurso humano, creando y proporcionando un enfoque e interacción hacia las nuevas tecnologías. (p. 192)

Poca iniciativa en la autoaprendizaje

El autoaprendizaje es la iniciativa que la persona tiene por comprender mejor sobre temas que desconoce, en este caso las competencias digitales se pueden obtener mediante la manipulación de diferentes herramientas tecnológicas que se encuentran al alcance y el aprovechamiento de cursos existentes en la red, buscando desarrollar aptitudes necesarias en la era digital.

Según Naciones Unidas (2018) “El avance de la tecnología que es muy rápido genera que los programas de formación de habilidades digitales estén en constante avance para el profesional y estudiante” (p.14)

Ingreso del talento humano hacia los nuevos modelos de negocios, influye en entornos competitivos

Los nuevos entornos competitivos de las empresas son la participación en la red con los nuevos modelos de negocios dirigidos específicamente para facilitar la adquisición de bienes o servicios a los clientes, lo cual se maneja desde la empresa a través del talento humano que gestiona sus actividades de negociación utilizando la tecnología, permitiendo ser más competitiva en el mercado.

Volini, Ocean, Stephan y Walsh (2017) afirman:

El nuevo recurso humano y sus enfoques están cambiando ya que se busca construir una organización del futuro en la era tecnológica. Los conocimientos digitales serán necesarios para las compañías las cuales buscaran contratar personal con estas capacidades, quienes estén conformes con los trabajos que realicen y se sientan cómodos, buscando el flujo de información de manera transparente.

La velocidad de la tecnología vs formación personal

El desarrollo tecnológico tiene una rápida inserción en todos los ámbitos del ser humano y constantemente se encuentra cambiando, lo cual ha generado una brecha entre lo que el ser humano aprende sobre tecnología y el cómo se desarrolla en la misma, siento este lento ante los avances generados por la era digital.

Según ManpowerGroup (2016):

Las nuevas modalidades del trabajo han generado una disrupción, destrucción, redistribución y la redefinición de las actividades. La diferencia ahora es que el ciclo de habilidades es más corto que nunca y el cambio está sucediéndose a una escala sin precedentes en el cual muchos se están quedando atrás. Este impacto actualmente puede ser muy crítico, ya que con el tiempo el ser humano se ira adaptando a la tecnología.

La empresa no tiene acceso al negocio digital

La empresa no ingresa al negocio digital porque los empresarios no consideran útil la inversión en ésta área por desconocimiento, de los protocolos para realizar negociaciones en la web, los empleados no tienen interés y no están motivados para aprender sobre las nuevas tecnologías y su aplicación en los negocios.

Según Crespo, Pariente, Llorente y Natal (2017)

La transformación digital de las compañías es ir más allá de la superficie de contacto directo que se realiza con los clientes. El reto se encuentra en la digitalización del giro del negocio, de todas sus áreas funcionales existentes y de cada proceso interno. También, aparecen nuevas formas de realizar la gestión del crecimiento como la búsqueda de nuevos caminos ligados al emprendimiento interno y la innovación con el desarrollo, la gestión de la comunicación y la necesaria revisión del modelo de negocios de la organización. (p.24)

1.4 Antecedentes

Las nuevas formas de negocio están permitiendo el crecimiento de las empresas en conjunto con las necesidades del cliente que evolucionan al mismo ritmo que la tecnología, aumentando las exigencias en la capacidad del talento humano en el manejo de las herramientas tecnológicas.

Todos los entornos en el que los seres humanos se desarrollan están siendo influenciados por las nuevas tecnologías incluso se encuentra sumergidos el área de los negocios en donde la buena utilización de la seguridad informática y el nuevo modelo de negocios permitirá el desarrollo y desempeño en las empresas.

La economía que se maneja actualmente alrededor del mundo es digital, y las empresas en todos sus ámbitos ya sean bienes o servicios deben acoplarse a la utilización de las plataformas en las

que se manejan diferentes actividades que van siendo más concretas según el avance de la tecnología.

El comercio se está manejando mediante plataformas virtuales, los países desarrollados son los que mayor crecimiento tienen en la difusión de empresas mediante la web, las empresas que se conecten a internet genera un negocio en todo el mundo ya sea de bienes o de servicios, esto ayuda a reducir costos operativos y de publicidad en las empresas e implantar precios competitivos alrededor del mundo beneficiando a empresas y consumidores.

La formas de realizar negocios en conjunto con los avances tecnológicos según el estudio previo de Rojas & Yuste (2015)

Los cambios evolutivos de la nueva era de la economía digital, los nuevos modelos de negocio no pueden ser sino una búsqueda constante de un mejor servicio y experiencia para el cliente. Pero no de una manera tradicional, sino abierta flexible e incluso “usable” y hasta codiseñada con el propio cliente. (p.87)

Los amplios usos de la tecnología se concretan en su aprendizaje y en la comunicación e interacción con otras personas, el entretenimiento, la curiosidad, desconociendo criterios básicos de una cultura y buenas prácticas en seguridad informática que deben estar inmersas cuando de usar tecnología se trata. (Ester y Manríquez, 2016, p. 22)

La economía mundial es una economía digital según el documento preparado por CEPAL (2016):

Estas tecnologías son plataformas de actividades como la comunicación, la información, el entretenimiento, el comercio, la prestación de servicios de educación, salud y gobierno, e implementado recientemente los sistemas complejos de producción. La economía mundial está cada vez más conectada y el avance de la digitalización es tal que hoy la economía global es una economía digital. (p.17)

Las plataformas en línea facilitan el comercio según el informe de la CEPAL (2016):

En 2014, las ventas de comercio electrónico superaron los 1,3 billones de dólares (casi un 2% del PIB mundial). Este crecimiento fue impulsado por un uso más intensivo de la publicidad en línea, la difusión en redes sociales, la automatización de recolección de datos (que permite la comparación de precios), el manejo de teléfonos inteligentes por una creciente parte de la población y la mayor oferta de plataformas de este medio con alcance global o de carácter nacional. (p.26)

Los autores mencionados anteriormente destacan que la evolución en las transacciones comerciales es la economía digital, buscando satisfacer las necesidades de los consumidores y las empresas, las TIC ofrecen posibilidades inmensas a todos los seres humanos, la tecnología necesita de conocimientos básicos para su manejo y una adecuada comunicación entre todos los participantes el uso de la misma debe darse adecuadamente.

En varios años el crecimiento económico a nivel mundial se ha dado gracias al desarrollo de diversos productos para su comercialización utilizando el internet como medio de compra y venta en plataformas virtuales, permitiendo a consumidores y empresas mantenerse conectados en una economía digital, el uso de plataformas virtuales permite reducir costos para todos los que recurran a la web para ofertar o demandar productos.

1.5 Justificación e importancia

La evolución digital y su rápido avance en ámbitos como son producción, comercialización y servicios, la nueva forma de llegar al cliente mediante plataformas virtuales es directa, la digitalización de empresas genera el cambio de sus procesos internos y que se ofrezca bienes o servicios con un valor agregado hacia los consumidores, el talento humano debe estar preparado para los nuevos cambios que viene con la digitalización en el desarrollo de sus actividades y la búsqueda constante de conocimiento.

Esta investigación permitirá determinar si las empresas del sector servicios y su talento humano pueden aprovechar las nuevas modalidades de negocio que se presentan en el mercado digital, y si las capacidades del talento humano influyen en el desarrollo económico de las empresas.

Este estudio proporcionara a las empresas del sector servicios y todas aquellas empresas que busquen la ampliación de su mercado utilizando la tecnología mediante la utilización de internet que acercan a los clientes mediante el uso de plataformas virtuales, el talento humano conjuntamente con los clientes deben tener la capacidad de manejo y acceso a las nuevas formas de negocio.

El aspecto práctico reside en que las nuevas maneras de realizar negocios son en línea, las empresas, el talento humano y los clientes deben generar una sincronía para el desarrollo del nuevo modelo de negocios alcanzando nuevos mercados que demanden los servicios ofertados por las empresas.

La presente investigación es factible porque existe el acceso a la información, los recursos económicos y la disponibilidad del personal cualificado para el desarrollo de la investigación, las empresas que predomina el sector servicios en Cotopaxi son las Cooperativas de ahorro y crédito reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria que se toman en cuenta como parte de la muestra en la obtención de datos.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Analizar las competencias digitales que debe tener el talento humano de las empresas de servicios y su impacto económico frente al modelo de negocios en línea en Cotopaxi, periodo 2017-2018.

1.6.2 Objetivos específicos

- Establecer si las empresas del sector servicios cuentan con los recursos para el desarrollo del nuevo modelo de negocios en línea.
- Identificar las competencias del talento humano en las empresas del sector servicios frente a la nueva realidad tecnológica de los negocios.
- Determinar qué impacto económico tiene las competencias digitales del talento humano en las empresas del sector servicios.
- Plantear una propuesta para la adopción del nuevo modelo de negocios y capacitación del talento humano en las empresas.

1.7 Sistema de variables

1.7.1 Definición Nominal

Variable dependiente: Economía de las empresas

Variable independiente: Competencias digitales del talento humano

1.7.2 Definición Conceptual

Empresa

La empresa es un ente en la cual se encuentran ligadas todas las áreas administrativas y productivas con el fin de cumplir los objetivos planteados, las empresas tienen un fin económico permitiendo mantener sus operaciones, cumplir con lo planeado le permite mantenerse en el tiempo y creer en el mercado que se vuelve más competitivo.

Según menciona Tovar, Pérez y Rodríguez del Castillo (2016) La empresa es una organización en la que se coordinan de manera ordenada los diferentes factores de productividad, recursos

financieros, materias primas, mano de obra y capital mediante los cuales puede obtener sus fines.”(p.17)

Competencia

Las competencias se van adquiriendo con el transcurrir del tiempo y la práctica que se le ponga en donde se quiera desarrollar el saber, los miembros de las empresas tienen que mejorar las habilidades con las que cuentan y debe existir preocupación en adquirir nuevos conocimientos para el desarrollo personal y la aplicación de los mismo en la entidad mejorando su eficiencia y eficacia en las operaciones.

Según Chávez (2012):

Las competencias son comportamientos observables en la realidad del trabajo, que se manifiestan en diferentes niveles del saber.

Un colaborador que mejore sus habilidades, conocimientos y actitudes podrá desempeñar eficientemente sus actividades, además de lograr los objetivos organizacionales.

Talento Humano

Las empresas se encuentran estructuradas por diferentes componentes y uno de los más importantes es el talento humano que se encuentra en cada actividad que realiza la organización, se utiliza todas las cualidades que los miembros posean adecuándolos en áreas donde puedan desarrollarse generando eficiencia en las operaciones.


Según Alvarado y Barba (2016) “El talento humano se entiende como una combinación o mixtura de varios aspectos, características o cualidades de una persona; implica saber (conocimientos), querer (compromiso) y poder (autoridad).”

1.7.3 Cuadro de operacionalización de las variables

Tabla 3

Cuadro de operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Establecer si las empresas del sector servicios cuentan con los recursos para el desarrollo del nuevo modelo de negocios en línea.	Economía de las empresas	Infraestructura de la empresa	Capacidad del personal en el manejo de equipos de cómputo. Nuevas inversiones en equipo de computo Inversión en instalaciones de red Computadoras conectadas a internet con el objeto de atender a los clientes	Encuesta
Determinar qué impacto económico tiene las competencias digitales del talento humano en las empresas del sector servicios.		La generación de beneficios o pérdidas en las empresas de servicios	Presupuesto asignado en la capacitación del talento humano Montos de inversión en plataformas virtuales. Existencia de ahorro en recursos con la utilización de internet en los negocios. Impacto económico.	Encuesta
Identificar las competencias del talento humano en las empresas del sector servicios frente a la nueva realidad tecnológica de los	Competencias digitales del talento humano	Empresas en la economía digital	La educación formal es satisfactoria en la adquisición de competencias digitales Búsqueda de capacitaciones en línea Habilidades de gestionar negocios en línea Perfiles para la contratación de personal	Encuesta

CONTINÚA 

<p>negocios.</p>	<p>con competencias digitales Impulso por parte de la empresa para capacitar al talento humano Gestión de actividades de negocios mediante la conexión a internet Entorno de trabajo abierto a nuevas maneras de negociar. Talento humano motivado al cambio y experimentación de programas piloto de satisfacer necesidades del cliente. Dejar la manera tradicional de realizar negocio y cambiar a una manera digital Capacitación del talento humano en el uso de internet.</p>			
<p>Plantear una propuesta para la adopción del nuevo modelo de negocios y capacitación del talento humano en las empresas.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="896 798 1115 1021"> <p>Adopción</p> </td> <td data-bbox="1115 798 1680 1021"> <p>Iniciar un modelo de negocios en línea y mejorar competencias digitales del talento humano.</p> </td> <td data-bbox="1680 798 1904 1021"> <p>Propuesta</p> </td> </tr> </table>	<p>Adopción</p>	<p>Iniciar un modelo de negocios en línea y mejorar competencias digitales del talento humano.</p>	<p>Propuesta</p>
<p>Adopción</p>	<p>Iniciar un modelo de negocios en línea y mejorar competencias digitales del talento humano.</p>	<p>Propuesta</p>		

1.8 Hipótesis

H1: Las competencias digitales del talento humano frente a la nueva realidad tecnológica generan un impacto económico en las empresas del sector servicios.

H0: Las competencias digitales del talento humano frente a la nueva realidad tecnológica no generan un impacto económico en las empresas del sector servicios

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

El uso de la tecnología e internet abre sus puertas a nuevas oportunidades de innovación en diferentes campos empresariales y del consumidor, los empresarios buscan la manera de mejorar sus actividades operativas y administrativas en la obtención de valor de sus negocios, los clientes requieren de nuevas experiencias en la adquisición de sus productos. Las tecnologías de información y comunicación ingresan a las empresas como una necesidad para su funcionamiento regular. El manejo tradicional de los negocios no genera competitividad ante la competencia que se está digitalizando, cada aspecto de la organización debe tener vital importancia en el cumplimiento de sus actividades y roles de negociación, el talento humano es parte fundamental del desarrollo de la empresa, utilizándolo como ventaja en el cumplimiento de metas individuales y colectivas para ser competitivos en el mercado atendiendo a los clientes y sus necesidades.

Décaro, Soriano y Ocaña (2017) mencionan que:

En el campo económico se considera que el sujeto innovador se convierte en empresario, por ello el papel de la empresa en dicho campo se presenta como ambiguo, dado que, continuamente se menciona sobre la necesidad de innovar en el mundo de los negocios y su incidencia en la economía de cada nación, al referirnos a la innovación no sólo se hace una reseña a la inventiva de nuevos productos, sino también a la generación de nuevas experiencias de compra, dichos procesos se logran gracias a la tecnología y específicamente al internet. (p.185)

“Las empresas son cada vez más dependientes de la Tecnología de Información para soportar y mejorar los procesos de negocio requeridos para cumplir las necesidades de los clientes y del negocio” (Ramos y Miranda, 2015, p. 25)

Según Muñoz y Torres (2017):

El impacto que ha tenido la globalización, resumido en transformaciones económicas, culturales y tecnológicas obliga a las compañías a formar parte en una competitividad continua. Una organización inteligente es la que desafía las ideas tradicionales y busca innovar, en donde los colaboradores son tratados como un activo más del capital y al contrario fomenta el talento humano como la nueva ventaja competitiva para formar parte del mundo digital; esa que motiva de manera efectiva a sus colaboradores, entendiendo su individualidad, sus necesidades y lo más importante reconociéndolo como persona. (p.14)

2.2 Fundamentación teórica

Educación formal

La educación es un proceso de varios años para los estudiantes en donde se adquieren diferentes niveles de formación con los respectivos títulos o certificados, las temáticas de lo que se aprende lo define la institución en donde se aprende según las competencias que se le otorgan al profesional.

Uribe (2017) menciona: “Se ofrece con un único fin de complementar, actualizar y formar a la persona en aspectos académicos o laborales que lleven a la obtención de certificados de aptitud ocupacional avalado por alguna institución del país” (p.298).

Educación no formal

La educación no formal es la iniciativa de aprender sobre temas de interés utilizando herramientas como libros o páginas web que aporten al desarrollo y conocimiento que se desee adquirir, este tipo de educación no genera títulos o certificados válidos para su presentación en el sistema educativo.

Según Uribe (2017): “busca el brindar oportunidades a la persona para complementar, actualizar, renovar y profundizar conocimientos, habilidades en las que requiera” (p.298)

Autoaprendizaje

Al adquirir competencias es necesario aplicar el autoaprendizaje que viene en conjunto con la educación informal ya que permite obtener conocimiento según diferentes metodologías que la persona aplique en su búsqueda constante de conocimiento en temas de su interés.

Según Ander-Egg (2014): “Proceso de aprender por uno mismo buscando propia metodología, aunque ésta sólo sea implícita.”

Cambio socio-cultural y tecnología

El desarrollo tecnológico no se puede dar de forma independiente, el desarrollo es diverso y en conjunto con todos los miembros de la empresa y sus clientes, los mismos que deben adaptarse a las nuevas condiciones que genera el entorno de manera diversa en los procesos de satisfacción de necesidades, estos procesos se transforman con los avances tecnológicos y hay que adaptarse a ellos.

Tabares y Correa (2014) mencionan:

El cambio socio-cultural que se observa actualmente en las sociedades no se ha generado por el desarrollo tecnológico entendido como un proceso externo y neutral, sino por las transformaciones en la relación del hombre con su realidad, con la naturaleza, en la conjugación de diversas dimensiones y propiedades que anteceden los procesos tecnológicos en su contexto. (p.142)

Competencias de la empresa ante la tecnología

Las competencias permiten utilizar los recursos de manera eficiente para solucionar problemas que se pueden presentar en la organización, permite utilizar los recursos de la mejor manera y con soluciones determinadas esto se debe a que el personal tiene los conocimientos para resolución de dicho problema.

Las competencias para la utilización del nuevo modelo de negocios al ser online deben estar compartidas y comprometidas entre las empresas, el talento humano y los clientes que se


encuentran alrededor del mundo el manejo de la tecnología es crucial para el desarrollo de la empresa digital, buscan la eficiencia y la eficacia de los recursos utilizados para hacer negocios y la satisfacción de las necesidades.

Las competencias son acciones eficaces a situaciones y problemas de distinto tipo, que obligan a utilizar los recursos de que se dispone, para dar respuesta a los problemas que plantean dichas situaciones es necesario estar dispuestos a resolverlos con una intención definitiva, es decir, con unas actitudes determinadas. (García y Muñoz 2016, p. 2)

Tabla 4

Competencias empresariales a incorporar a la digitalización

Usuario	
Experiencia de usuario/cliente	Obsesión por el viaje y la experiencia de cliente. Integración de puntos de contacto.
Gestión de comunidades	Construir relaciones con las personas en red. Fortalecer vínculos entre nodos (clientes, proveedores, empleados, ciudadanos).
Orientación tecnológica	Ser geeks para pensar como un usuario avanzado de la tecnología. Adopción temprana de herramientas y plataformas. Desarrollar tecnologías.
Innovación	
Enfoque "Lean"	Agilidad para planificar, hacer, medir y mejorar en ciclos muy cortos. Entregar, recibir feedback (retroalimentación), cambiar o pivotar.
Gestión de resultados	Equipos multifuncionales de especialistas organizados por proyecto (no por áreas), alrededor de un objetivo común y temporal, con métricas e indicadores de rendimiento.
Autogestión e "Emprendimiento"	Obsesión por las estructuras planas, sin jerarquías, sin jefes. Desarrollo del espíritu emprendedor en comunidad. Libertad y responsabilidad.
Datos	
Captura de datos	Detectar y rastrear fuentes de datos, monitorizar online, combinar datos estructurados y no estructurados, internos y externos a la organización.
Analítica	Mente analítica (estadística y matemática), para analizar datos de distintas fuentes (transaccionales, sociales,...). Análisis predictivo y prescriptivo.
Estrategia apoyada en datos	Abandonar la gestión por intuición e implantar globalmente en toda la empresa la toma de decisiones apoyada en datos.
Apertura	
Liderazgo abierto	Líderes que inspiran, no controlan. Que fijan la visión, no micro gestionan. Que desarrollan motivaciones

CONTINÚA 

	intrínsecas, mediante la transparencia y el diálogo.
Colaboración e inteligencia colectiva	Trabajo en equipos que mutan y fluyen, con especialización cada vez más fragmentada. Énfasis en la comunicación, en el diálogo y en compartir conocimiento.
Co-creación y Crowdsourcing	Desarrollo y explotación de comunidades para generar conocimiento y crear bienes y servicios de manera colaborativa.
Comunicación	
Creación de contenidos	Las empresas son medios de comunicación. Adopción de metodologías y tecnologías para la creación eficiente de contenidos transmedia.
Creatividad "Lean"	Obsesión por la comunicación creativa eficiente, para destacar en un entorno de red, con audiencias fragmentadas e "infoxicación" creciente.
Marketing online	Dominio progresivo de las plataformas de comunicación online y formatos publicitarios para la distribución de mensajes y contenidos.

Fuente: (Polo & Magalhaes, 2014)

Competencias digitales

Las competencias digitales son las habilidades y conocimientos para el uso adecuado de las TIC, son necesarias ya que representan el cómo se desarrolla el talento humano ante los nuevos retos de realizar negocios con la ayuda de la tecnología, tener las competencias necesarias genera competitividad frente a otras empresas y la posibilidad de ingresar a mercados en crecimiento.

Según Pascual (2015):

En la Sociedad de la Información los sujetos deben desarrollar competencias necesarias para hacer un uso eficaz de las TIC en los distintos ámbitos en los que se desempeñan, lo cual supone no solo contar con habilidades instrumentales sino también poner en práctica distintos procedimientos intelectuales. (p.118)

Capacitación del talento humano

Las nuevas maneras en que las empresas escogen a su talento humano y el desarrollando de los mismos en la empresa deben ser pronosticados para un desarrollo eficaz de los objetivos de la empresa. La capacidad del talento humano debe avanzar al ritmo de la tecnología buscando un equilibrio entre el avance tecnológico y el manejo que el ser humano haga a

estas herramientas según se presentan, los ambientes laborales también sufrirán un cambio buscando agilizar los procesos, las personas buscan acoplar sus habilidades a lo que las empresas necesitan.

Según Díaz (2017):

Conocer y predecir cómo será el talento humano del futuro en una organización que está en constante cambio es un trabajo muy difícil. Una fundación Personas y Empresas en España desarrollaron un algoritmo matemático que permitirá a las empresas saber cómo es su talento humano y usando datos de los recursos humanos orden demográfico, rendimiento, productividad, potencial y clima laboral.

González R. (2017) menciona que:

La revolución digital está avanzando a gran velocidad y el concepto del trabajo está siendo redefinido. Ante esto, las empresas deben agilizar el desarrollo de la fuerza laboral del futuro, no solo desde los departamentos de Talento Humano, sino que hasta en los niveles más altos de las organizaciones.

Tabla 5

Capacitación del talento Humano

Para enfrentar este escenario de forma efectiva, las compañías deben desarrollar tres acciones clave:	
1) Acelerar la capacitación de su gente:	Para el 2020, más de un tercio de las habilidades necesarias para los puestos de trabajo serán las que hoy no son catalogadas como “cruciales”. En los próximos años, la tecnología no solo amplificará los talentos de las personas, sino que incluso creará nuevos roles. Y los trabajadores quieren ser parte de esta revolución.
2) Rediseñar los ambientes laborales:	Las estructuras rígidas y formales no van acordes a la agilidad y velocidad de la innovación digital. La fuerza laboral del futuro estará compuesta por generaciones que buscan flexibilidad, autonomía y aprendizaje.
3) Reforzar el pipeline de talento desde su fuente:	Hoy existe una importante escasez de talentos y, mientras cambian las habilidades necesarias para la nueva economía digital, esa situación empeorará. Por ende, es fundamental el trabajo conjunto entre el sector privado, público y académico, para impulsar programas de capacitación en habilidades que se requerirán a futuro.

Fuente: (González R. , 2017)

Entorno competitivo de las empresas

Para las empresas los nuevos entornos cambiantes no son fáciles de asumir la manera en que la tecnología cambia los aspectos de su desarrollo se vuelve más complejo, al no destinar recursos para su desarrollo en nuevos retos competitivos la empresa tiene una desventaja en la manera de realizar negocios y satisfacer las necesidades de los clientes.

Según Sánchez, Zerón y Mendoza (2015):

En la actualidad ser competitivo es vital para todas las empresas, y en mayor medida para las pequeñas y medianas empresas (PyME) quienes sin importar su tamaño deben enfrentar los retos tecnológicos y la globalización de mercados, ya que tendrán que adecuar sus recursos, su tecnología, su comportamiento y sus productos ante un entorno cambiante y complejo. (p. 43)

Las economías emergentes están generando eficacia en la producción de bienes y servicios volviéndolos preferentes para el consumidor, por la competitividad en precios que se vienen dando, inician con atraer clientes en los mercados locales continuando con su expansión a los mercados del mundo, llegando con un valor agregado.

Según Domínguez (2014):

La innovación en los países emergentes está logrando productos y servicios que son mucho más baratos que los equivalentes occidentales. Muchos de los campeones en los mercados emergentes han demostrado no sólo ser altamente competitivos en sus territorios sino también en el mercado global. (p.8)

Digitalización de la empresa

Las empresas que funcionan utilizando la web o internet lo deben realizar con la integración de todos sus departamentos que ya los productos o servicios que ofrezcan deben estar alineados con todos sus procesos digitales para poder venderlos y dirigirlos hacia el cliente, un mundo digitalizado permite mejores niveles en el acceso al cliente pero también interviene la acogida que las empresas tengan a las nuevas tendencias de negocios.

Según Polo y Magalhaes (2014):

Una empresa no es digital porque utiliza herramientas y soluciones que lo son, sino porque lo son todos sus procesos y operaciones para realizar negocios y atender a los clientes: la concepción y lanzamiento de nuevos productos o modelos de negocio, la gestión de la cadena de suministro, la elaboración de propuestas comerciales o la gestión de los recursos humanos. (p.38)

Desarrollo del negocio en la tecnología

Los avances en la tecnología han permitido comprimir el hardware y software mejorando la recopilación de información y su interpretación de manera más eficiente, la modificación del modelo de negocio en la empresa permite optimizar tiempo y recursos en la satisfacción de las necesidades de los clientes mediante el uso de la computación.

Mendelson, (2016) afirma:

Al desplazar el centro de la innovación del átomo a los bits y del hardware al software, las tecnologías de la información han acelerado significativamente el proceso de desarrollo de los modelos de negocio. Las fases de creación de prototipos y pruebas, que solían costar cientos de miles de dólares y meses de trabajo colaborativo, ahora pueden concluirse eficazmente en una semana y a un coste muy inferior. El software es más maleable que el hardware, lo que hace posible adaptarse a las necesidades de los clientes con mayor velocidad que antes cuando existen esas competencias de manejo. Y, con el desarrollo de la computación en nube, la infraestructura informática es mucho más elástica y permite comprobar e implantar nuevos modelos de negocio basados en software de una forma rápida y eficaz. (p.13)

Cambio acelerado de la tecnología

El ritmo en el que avanza la tecnología es rápido, lo cual está generando muchos beneficios a los sectores en el que influye, pero también existen grandes brechas en la adaptación de la tecnología, es un reto para la sociedad asumir este cambio y los países desarrollados tienen mejor aceptación a estos mientras que los países en desarrollo evolucionan de una manera más lenta ante los desafíos tecnológicos.

Según Naciones Unidas Comercio y Desarrollo (2017):

La importancia cada vez mayor de las combinaciones de múltiples tecnologías también supone que las ramificaciones de los cambios pueden ser disruptivas en muchos ámbitos sociales y económicos, por lo que los cambios tendrán lugar en

modos a menudo impredecibles y en varios sectores simultáneamente o se propagarán a través de sectores y países a un ritmo considerablemente más rápido que en el pasado. Este ritmo de cambio sin precedentes supone un desafío, por cuanto la comprensión de las consecuencias sociales y económicas y la capacidad de la mayoría de las sociedades para adaptarse a ellos tienden a evolucionar a un ritmo más lento. (p.3)

Modelo de negocios

Los modelos de negocios son como la empresa crea y produce valor obteniendo mejores ingresos por parte de los clientes, esto le permitirá cumplir con los objetivos económicos propuestos, continuamente los modelos de negocios van cambiando generando que la empresa busque la innovación en los procesos ya sea de bienes o servicios logrando mantenerse en el mercado cambiante.

Los modelos de negocio según Mendelson (2016):

Son modelos esquemáticos que describen la manera en que las empresas crean y producen valor para sus clientes y la recompensa que obtienen de ello. El concepto de modelo de negocio abarca el producto o servicio, el cliente y el mercado, el papel de la empresa dentro de la cadena de valor y el motor económico que le permite alcanzar sus objetivos de rentabilidad y crecimiento. Las empresas de nueva creación a menudo utilizan los modelos de negocio como herramientas auxiliares en el diseño, la elaboración de un prototipo y la estructuración de sus nuevas operaciones. También los usan las empresas ya consolidadas para planificar, elaborar y reforzar sus procesos de innovación. (p.3)

Según Cervilla y Puente (2013): “Un modelo de negocio es un conjunto de variables de decisión interrelacionadas que integran consideraciones estratégicas, operacionales y económicas y permiten crear ventajas competitivas en mercados definidos” (p.292).

Modelo de negocios Canvas

El modelo de negocios fue creado con la intención de definir como se maneja la empresa en nueve elementos, el segmento de clientes que va atender, el valor que se genere en sus productos o servicios, los canales para atender las necesidades, la construcción de las relaciones con el cliente, la generación de ingresos, los recursos que se utilizarán, la actividad específica que desarrollara la empresa, los socios clave y los costos que incurrirán.

Tabla 6*Elementos modelo de negocios Canvas*

Segmento de mercado	Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.
Propuesta de valor	Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor.
Canales	Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.
Relaciones con clientes	Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.
Fuentes de ingresos	Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.
Recursos clave	Permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos.
Actividades clave	Las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.
Asociaciones clave	Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.

Fuente: Tomada de Business Model Generation (Osterwalder & Pigneur, 2011) (p.16 y 17)

Tabla 7 *Modelo de Negocios Canvas*

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de mercado
	Recursos Clave		Canales	
Estructura de costes		Fuentes de ingresos		

Fuente: Tomada de Business Model Generation (Osterwalder & Pigneur, 2011) (p. 44)

Negocio digital

Los negocios que desarrollan en internet, esto ha generado que surja nuevas maneras de operar en la gestión de empresas, aprovechando las oportunidades que el internet brinda para

realizar su actividad económica, gracias a la digitalización la aparición de nuevas empresas en la red es la oportunidad de generar beneficios económicos y la expansión de los mercados.

De acuerdo con Castaño y Jurado (2016):

Las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en el mundo de los negocios, pues las redes de ordenadores permiten diversos tipos de interconexión que implican una nueva forma de operar a muchas organizaciones. A nivel local han modificado la gestión de los negocios y comunicación de las empresas desarrollando nuevos modelos y estructuras. A niveles superiores, internet, definida como la red de redes, ha hecho que muchas empresas dependan de ella para desarrollar su actividad económica. (p.38)

Innovación en el modelo de negocios

Los negocios mediante vías digitales son una nueva manera de obtener recursos económicos convirtiéndose en una necesidad del sistema actual, a nivel mundial la economía se está moviendo mediante vías digitales ya sean compras, ventas, pagos de bienes o de servicios buscando satisfacer las necesidades de los consumidores y de las empresas mejorando en su manera de actuar en la búsqueda de valor.


Los modelos de negocios según Martínez (2014):

El dinamismo en adaptarse a los cambios generados en el entorno por la tecnología, genera nuevas necesidades de los consumidores y otros elementos volviéndolo complicado para desarrollar un modelo de negocios, que debe estar relacionado y dirigido al entorno con las estrategias de la empresa para mejorar su experiencia con el cliente y atender de mejor manera. (p.20)

Tabla 8

Modelos de negocios en internet

Principales modelos de negocio en internet	
Ecommerce Comercio Electrónico:	– Venta a través de internet. Muchos comercios se han aprovechado de las ventajas que ofrece el comercio electrónico como por ejemplo Dell y Mercado Libre.
Infoproductos productos digitales:	o Productos no físicos creados y vendidos online. Se trata de un modelo de negocio muy interesante para aquellos que no disponen de mucho capital. Ejemplo, los ebooks y audiolibros.
Programas afiliados:	de Venta de productos y servicios mediante otros portales. Dicha actividad se remunera por objetivos. Los agentes de este modelo son los empresarios que quieren vender, los afiliados, que son las web donde se ofrecen

CONTINÚA 

	dichos productos y las redes de afiliación que son agencias que minimizan el trabajo de los anunciantes.
Publicidad Digital:	Amazon y Google son los que más usan este modelo y se benefician a través de los anuncios publicitarios. Por ejemplo los blog que introducen publicidad, aplicaciones de los móviles que incorporan constantemente publicidad. Algunas Web con muchas visitas en las que publican ofertas de trabajo gratuitamente.
Servicios software especializado:	Se trata de servicios muy costosos y de los que es difícil ganarse la confianza del cliente. Por ejemplo nos encontramos con los softwares que utilizan muchas empresas especializados en contabilidad, servicios de protección de datos, etc.
Negocios de consumo colaborativo:	Consta en diseñar plataformas eficaces que traten de complacer diferentes necesidades de compra-venta entre usuarios. Por ejemplo podemos citar las webs de segunda mano y mil anuncios.
Marketplaces:	Se trata de websites en las cuales te puedes anunciar con una cuota bastante baja o incluso gratuitamente. Permite a vendedores y compradores relacionarse y efectuar transacciones comerciales. Un ejemplo sería Pixmania-pro que es especialista en la distribución de productos electrónicos entre empresas.

Fuente: (Martínez E. , 2014)

E- Commerce

El e-commerce es una forma electrónica en todo su proceso, al realizar compras de bienes o servicios en el cual las empresas y consumidores no tienen ninguna interacción física solo una conexión y la plataforma virtual de la empresa para realizar la adquisición, el canal para gestionar estas transacciones es el internet que permite una conectividad en todo el mundo acercando más a las personas con los productos de empresas que no se encuentran en su localidad.

Según De Pelekais y El Kadi (2014):

Se trata de relaciones comerciales en las que no hay relación física entre las partes que son empresas y clientes, sino que los pedidos, la información, los pagos, se hacen a través de un canal de distribución electrónico. En este sentido, Internet ofrece a nivel mundial una infraestructura de miles de redes interconectadas y servicios como páginas web, correos electrónicos, posibilidades de hacer audios/ videos, teleconferencias, chat, conferencia de archivos (FTP), grupos de noticias, intercambio de información, (EDI), comunicación por redes sociales entre otras,

que proporcionan al comercio electrónico las herramientas perfectas para la comunicación con los clientes (sean empresas o personas) y la formalización de pedidos. (p.66)

E-Business


Los negocios en línea es la nueva modalidad que las empresas están utilizando para llegar a los clientes de manera directa con el ahorro de diferentes recursos por parte de la oferta y demanda en las transacción de compra y venta, los negocios electrónicos permite llegar a un mayor número de posibles compradores con diferentes características en diferentes lugares alrededor del mundo.

Según Brzowska y Bubel (2015) “Un negocio electrónico, a diferencia de las empresas tradicionales, no hay límites relacionados con el medio ambiente, clientes, proveedores e intermediarios pueden estar situados en cualquier lugar en todo el mundo, en diferentes zonas horarias, es posible que hablan diferentes idiomas y pagar en monedas diferentes.” (p.1097)

Tabla 9

Relaciones entre las diferentes entidades de negocio electrónico

B2B - business to business (de empresa a empresa)	Es decir, las relaciones entre dos empresas que tienen lugar durante el comercio al por mayor y entre diferentes empresas y dentro de una empresa, entre sus sucursales. El desarrollo B2B requiere creciente integración de procesos de negocios entre entidades.
B2C – business to consumer (empresa a consumidor)	Es decir, las relaciones entre una empresa y sus consumidores en el área de ofrecer información, bienes y servicios en línea a los individuos a través de centros de compras en línea. También pueden incluir servicios de banca en línea a través de la cual los clientes hacen transferencias bancarias.
C2C - consumer to consumer (consumidor a consumidor)	Relación basada en conexiones de negocios entre los consumidores finales de un servicio o producto, como las subastas, anuncios clasificados o intercambio de cosas nuevas y de segunda mano.
B2A - business to administration (negocio para la administración)	Es decir, las relaciones entre las empresas y la administración, entendidas como acciones de las empresas hacia las organizaciones del sector público, encaminadas a utilizar la tecnología electrónica para el intercambio de información entre una empresa y la administración pública, por ejemplo, en el área de impuestos o el empleo. Esta forma también incluye

CONTINÚA 

	sistemas electrónicos de notificación.
C2A - citizen to administration (ciudadano a la administración)	La comunicación entre los ciudadanos y las autoridades públicas que permiten a los primeros resolver las cuestiones importantes u obligatorias a través del contacto electrónico, por ejemplo, la presentación en línea de declaraciones de impuestos, presentación de una solicitud de un pasaporte o un documento de identidad.
C2B - consumer to business (consumidor a negocio)	Es decir, un modelo que es lo contrario de B2C, utilizado por los portales que permiten a una persona individual para publicar una oferta dirigida a múltiples vendedores. Los vendedores pueden ver las ofertas y tomar la responsabilidad de ellos.
F2B - finance to business (financiar a los negocios)	Es decir, las instituciones financieras ofrecen sus servicios a las empresas que utilizan Internet
F2C finance to consumer (finanzas para el consumidor)	Las relaciones entre las instituciones financieras y clientes individuales.
B2E business to employee (negocio para los empleados)	Uso de medios electrónicos de comunicación para comunicarse con los empleados por ejemplo la intranet, el trabajo a distancia

Fuente: (Brzozowska & Bubel, 2015)

El tétrada

El tétrada en el uso de tecnologías se basa en lo que el ser humano realza y crea según las necesidades que observa mejorando diferentes ámbitos en los que puede estar inmersa, después lo utiliza hasta encontrar nuevas maneras de mejorar y dejar obsoleto a dicha tecnología, busca recuperar lo que mayor realce tiene esa tecnología para proceder con la inversión en la aplicación de una mejora o innovación.

Según McLuhan y Powers (1995)

El tétrada, tomado en su totalidad, es una manifestación de procesos de pensamiento humano. Como prueba exploratoria, los tétrades no se basan en una teoría sino en un conjunto de preguntas; se apoyan en la observación empírica y por lo tanto son comprobables. Cuando se lo aplica a nuevas tecnologías o artefactos, proveen de poder de predicción al usuario; también en este sentido se

los puede considerar como un instrumento científico. Una vez más, en tanto que los tétrades sean un medio para concentrar el conocimiento de cualidades ocultas o inadvertidas en nuestra cultura o sus tecnologías, actúan fenomenológicamente. (p.24)

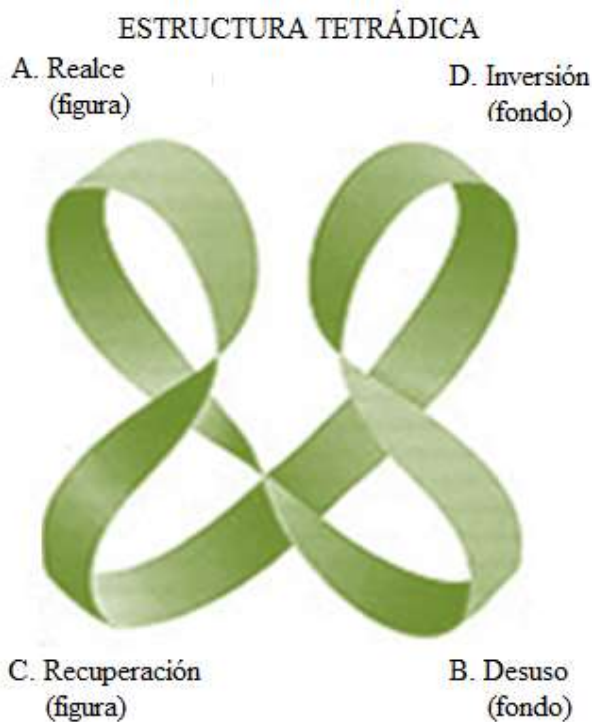


Figura 3. Estructura tetrádica

Fuente: Tomada del libro Aldea Global de (McLuhan & Powers, 1995) (p. 27)

Tabla 10

Módulo necesario en cualquier sistema de comercio electrónico

Tienda Virtual	Gestión de catálogo	Publicación de contenidos	Atención al cliente
Navegación	Procesamiento masivo de datos	Edición de contenidos	C.R.M
Cesta de compras	Procesado selectivo de datos	Publicación de contenidos	Call center; on y off line
Servicios de compra: Registro, Personalización, Comunicación	Verificación producto	Gestión de Contenidos	Marketing inverso
Pago	Herramienta de catálogo		Servicio Post-Venta
Seguridad			
Negocio	Marketing	Almacenamiento	Logística de envío

CONTINÚA →

Estrategia Business Intelligence Posicionamiento	Promoción Autopromoción Fidelización	Recepción de mercancías Verificación Pedido Verificación Producto Ubicación Control de Stock Inventario	Comprobar stock Facturación Picking Handling Shipping
Aprovisionamiento		Logística inversa	
Estrategia de producto Gestión de proveedores Servicios de novedades Gestión de pedidos Gestión de devoluciones Codificación de productos Política de precios		Devoluciones Recogidas y sustitución Verificación de pedidos entregados Relación con transporte Relación con dpto. de compra Relación con C.R.M	
Contabilidad	Asesoría legal		
Facturación Balance Cierre	LOPD APD		

Fuente: (Liberos , 2013)

2.3 Fundamentación conceptual

Amazon

Amazon es una de las empresas con mejor adaptación a la era digital, ha logrado conquistar los mercados internacionales utilizando internet y un modelos de negocios dirigidos exclusivamente hacia el cliente generando beneficios y comodidad al momento de realizar sus compras, también utiliza centros de distribución estratégicos en distintos países alrededor del mundo, permitiéndole llegar a los clientes de manera rápida, al pasar del tiempo ha diversificado sus productos con la absorción de diferentes empresas y alianzas para vender sus productos por una comisión.

Según Aparicio De Castro, González y Zorrilla, (2017):

Amazon se ha convertido en una de las empresas con la cadena de suministro más digitalizada del mundo. Amazon es una de las 500 empresas más grandes de EE.UU y de las más centradas en el cliente del mundo. Es un líder mundial en el comercio electrónico. En la actualidad, Amazon ofrece gran variedad de productos: libros, productos electrónicos, ropa o comida, entre muchas otras cosas. Tienen diferentes centros de distribución en Estados Unidos, Reino Unido,

Alemania, Francia, Italia, España, Japón, Canadá y China, pero pueden repartir pedidos en los distintos países del mundo gracias a la comercialización online. (p.107)

Diversificaron las ofertas de Amazon incorporando la venta de CDs y videos, y más tarde ropa, artículos electrónicos, juguetes y mucho más. Esto permite a otras empresas vender productos a través de la plataforma de Amazon, ellos se encargan de la logística y envío a cambio de una comisión por la venta. Con ello cubren las áreas: Business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B) y consumer-to-business (C2B) que son la base de un comercio electrónico. (Aparicio De Castro, González y Zorrilla, 2017, p.108)

Uber

Esta es una de las empresas de servicios mayormente posesionado alrededor del mundo, actualmente se encuentra en diferentes ciudades brindado sus servicios mediante una aplicación móvil que cambio la manera de realizar el transporte público, la llegada de la tecnología ha permitido que distintos negocios se desarrollen y se acoplen a la era digital.

Hernández y Galindo (2016) afirman que:

La incorporación de las tics en los ámbitos de cada ser humano como la prestación de uno de los servicios más tradicionales y antiguos como el del transporte público parece innovar el nacimiento de un nuevo paradigma tecnológico. ERT Uber, es una plataforma independiente al servicio público de transporte en taxi que constituye un caso emblemático. Uber está entrando en el mercado de transporte de diversas partes del mundo, se presenta como proveedor de una aplicación tecnológica a particulares que prestan el servicio de transporte de pasajeros de manera independiente, al servicio público de transporte. (p.158)

Airbnb

Constituye un modelo de negocios que ha cambiado la estructura del alojamiento, mediante una plataforma virtual Airbnb busca anfitriones quienes cuentan con las instalaciones para brindar alojamiento a los huéspedes quienes requieren de ese servicio, esta plataforma asesora a sus miembros con los precios según las características que tengan y requieran.

Según Espinoza y Freire (2017):

Es una plataforma de alojamiento privado, nació en San Francisco, en agosto de 2008, sus fundadores son Nathan Blecharcyk, Brian Chesky y Joe Gebbia, quienes tenían una tarifa de alquiler por su residencia, que no podían costear al ser muy elevada.

Se estableció un sitio web en donde es posible para las personas poder ofertar sus residencias como alojamiento turístico a cambio de un valor monetario. Lo cual ha cambiado radicalmente el negocio del alojamiento.

Airbnb cuenta con dos tipos de clientes: anfitriones, quienes ponen a disposición sus instalaciones; y huéspedes, que requieren lugares de alojamiento. Estos actores para participar en Airbnb tienen que crear una cuenta de usuario para interactuar entre sí, y están bajo las políticas de la empresa. Airbnb cuenta con la opción de recomendar al anfitrión sobre los precios a partir de sus datos históricos y de las características de la vivienda, por otro lado, existe una recomendación de costos adicionales, en donde la plataforma usa a su favor los datos históricos recopilados para generar ganancias. (p.5)

Google

En la actualidad Google es uno de los buscadores más utilizados en el mundo, esto ha permitido que la empresa crezca y este en constante innovación buscando nuevas maneras de modificar la búsqueda de información para sus clientes, cuenta con diversas herramientas, y aplicaciones para diferentes dispositivos tecnológicos, llegando a formar parte de la vida diaria de las personas.

Vise y Malseed (2010) mencionan que:

La enorme capacidad de Google para producir respuestas rápidas y acertadas a cientos de millones de búsquedas diarias ha modificado nuestra manera de encontrar la información y de estar al corriente de las noticias. Es parte indispensable e integral de nuestra vida cotidiana. Son millones las personas que lo utilizan a diario, en más de cien idiomas, y que han llegado a considerarlo como sinónimo de Internet. La búsqueda de cualquier tipo de información se efectúa googleando en un computador o en un teléfono celular. Hombres, mujeres y niños han llegado a depender tanto de Google que no conciben la vida sin él. (p.1)

América Latina e commerce

Según (eCommerce Institute, ecommerceaward, 2017):

En América Latina existe un premio los eCommerce AWARDS LATAM, en el cual participan diferentes empresas anualmente en el 2017 se calificó como ganadoras a 9 empresas por destacar en su desarrollo y aporte al Comercio Electrónico y Negocios por Internet en la Región.

La puntuación se lo realiza de la siguiente manera:

Tabla 11

Puntuación para los eCommerce AWARDS LATAM

Factor de selección	Característica
Estético	Diseño general del sitio visual y funcional
Criterios Funcionales	Usabilidad – Navegabilidad
Criterios de seguridad y privacidad	Buenas prácticas- uso de SSL, etc.
Tecnología utilizada	Servicios de apoyo y uso de tecnología
Estrategia comercial y de marketing	Campañas-Innovación – Multicanales-Logística

Fuente: (eCommerce Institute, ecommerceaward, 2017)

Tabla 12

Ganadores eCommerce AWARDS LATAM 2017

LOS LÍDERES DEL ECOMMERCE EN LA INDUSTRIA
VIAJES FALABELLA http://viajesfalabella.cl/
LOS LÍDERES DEL ECOMMERCE EN RETAIL:
FRAVEGA https://www.fravega.com/
ENTRETENIMIENTOS Y MEDIOS EN ECOMMERCE:
CINEPLANET https://www.cineplanet.com.pe/
SERVICIOS Y SOLUCIONES PARA ECOMMERCE:
ECOMSUR http://www.ecomsur.com/
SERVICIOS FINANCIEROS Y BANCA ONLINE:
CONEKTA https://www.conekta.com/
INDUMENTARIA Y MODA EN ECOMMERCE:
SARKANY http://www.rickysarkany.com/
MEJOR AGENCIA DE MARKETING ON LINE EN
THINK THANKS http://think-thanks.com/
MEJOR PYME DE ECOMMERCE:
TIENDAMIA https://tiendamia.com/uy/
MEJOR INICIATIVA MOBILE PARA ECOMMERCE:
AVIANCA https://www.avianca.com/co

Fuente: (eCommerce Institute, ecommerceaward, 2017):

Tabla 13*Líderes de ecommerce en Ecuador*

eCommerceday Ecuador Ganadores por su desarrollo y	
Líder del eCommerce en la industria turística	Despegar.com
Líder del eCommerce en Retail	Créditos Económicos
Entretenimientos y Medios en Ecommerce	El Universo
Servicios y soluciones para eCommerce	Paymentez
Servicios financieros y Banca Online	Banco del Pacífico
Indumentaria y Moda en eCommerce	De Prati
Mejor agencia de marketing online en eCommerce	Grupo Céntrico
Mejor Pyme de eCommerce	Cupocity
Mejor iniciativa mobile para eCommerc	Comandato

Fuente: (eCommerce Institute, Ecommerceday, 2017)

Industria 4.0

La cuarta revolución industrial hace referencia a la utilización de tecnologías en todos los procesos del ser humano, las empresas la utilizan en sus procesos de producción y protocolos de negociación buscando generar valor en sus bienes o servicios, las personas viven inmersas en la utilización de medios electrónicos para la satisfacción de sus necesidades.

González J. (2017) menciona:

La adopción masiva de las tecnologías digitales originadas en la última década del siglo XX, como Internet y los teléfonos móviles inteligentes, junto con el crecimiento extraordinario de la computación y la capacidad de almacenamiento a un costo menor, así como otras tecnologías digitales exponenciales, están transformando radicalmente el mundo, cambiando profundamente los patrones de las relaciones personales, las organizaciones empresariales y, en general, la forma en que se crea el valor económico. (p.9)

Aplicación industria 4.0

Schaper-Rinkel (2015) menciona que:

La cuarta revolución industrial tiene como motor el Internet y se presenta bajo el nuevo concepto de Industria 4.0. El mismo conlleva muchos significados y aglutina múltiples tecnologías, algunas ya consolidadas y otras en proceso de desarrollo a través de innovaciones disruptivas.

Tabla 14*Tecnologías englobadas en la Industria 4.0*

Big Data	Comprende el análisis, administración y manipulación inteligente de una gran cantidad de datos a través de modelos de descripción, predicción y optimización para una mejor y más eficiente toma de decisiones. La explotación inteligente de los datos industriales es la vía para una mejor gestión de todos los recursos disponibles.
Cloud Computing (La nube)	Plataforma compartida de recursos computacionales tales como servidores, almacenamiento y aplicaciones, utilizados a medida que se requieren y cuyo acceso es posible desde cualquier dispositivo móvil o fijo con acceso a Internet. La industria puede aprovecharse de esta infraestructura en cualquiera de sus ámbitos y procesos.
Fabricación Aditiva e impresión 3D	Fabricación de un cuerpo sólido a partir de la deposición de finas capas sucesivas de un material, normalmente en polvo, hasta conformar la figura y forma deseada. Presenta grandes aplicaciones en el mundo industrial y supone una revolución en los procesos y sistemas de fabricación.
Robótica Colaborativa	Los robots industriales ya no estarán en entornos cerrados de trabajo y aislados unos de otros, sino que compartirán su espacio con trabajadores humanos con quienes colaborarán. Una nueva generación de robots ligeros, y manejables configurarán la denominada “fábrica inteligente”.
Sistemas Ciberfísicos	Tecnologías informáticas y de la comunicación incorporadas en todo tipo de dispositivos, dotándolos de “inteligencia” y autonomía lo que redundará en una mayor eficiencia. Se localizarán en los sistemas de transporte, automóviles, fábricas, procesos industriales, hospitales, oficinas, hogares, ciudades y dispositivos personales, configurando una nueva generación de elementos interconectados.


Fuente: (Schaper-Rinkel, 2015)

Casos de aplicación de la Industria 4.0

Barros (2017) Describe los sectores en los que se puede aplicar la industria 4.0:

Tabla 15*Aplicaciones de la industria 4.0*

Sector aeronáutico	
Airbus producción de aeronaves	Desarrollo DAR System, Drones and Augmented Reality for Aircraft Inspection: está compuesto por un dron dotado de una cámara, tablets, gafas de realidad aumentada, un conjunto de sensores y el software necesario hacen que este sistema funcione al completo. Los operarios llevan las gafas de realidad aumentada que superponen una imagen de los diferentes defectos que se han detectado gracias a los sensores, y de la misma manera en la tablet se pueden visualizar dichos defectos sobre

CONTINÚA 

	una imagen de realidad virtual del avión. Esta tecnología ha permitido reducir los tiempos del trabajo facilitando la detección y localización de las fallas.
Boeing junto con Norsk	Fabrica componentes de titanio utilizando tecnología 3D utilizando el método DMLS que sinteriza el metal por láser, consiste en una microsoldación de polvo metálico por capas. Cambiando totalmente la fabricación por fundición volviéndolo más rápido y ágil a un coste más reducido por piezas.
Sector Automovilístico	
Tesla	Vehículos autónomos de interior (AIV's: Autonomous Indoor Vehicles) quienes se movilizan de forma autónoma por la planta transportando piezas o herramientas de diferentes tamaños según el tipo de robot para facilitar las tareas de los operarios. También cuentan con brazos robóticos para el manejo de piezas y componentes pesados. El software conocido como machine-learning lo cual permite la conexión con el sistema central de la empresa que permite conocer el estado del cada vehículo.
Grupo PSA	Push to pass trata de una plataforma profesional que ofrece servicios de software para empresa como el Smart Safe and Connected, que permite facilitar el diseño y validación de los modelos de coches inteligentes que integran modelos y simulaciones mecánicas y electrónicas. 3Dexperience que facilita la interacción entre sistemas para los vehículos producidos modularmente, así como a unificarlos que asegura su interoperabilidad.
Energía	
Innovae	Quien busca la manera más sencilla de cambiar las palas de los molinos de viento, se realizó un sistema en realidad virtual que permite ver desde todos los ángulos como se realiza dicho cambio para una mejor comprensión del mismo.
Materiales	
Rolls-Royce (en motores de aviones) Fabricación Aditiva	Fabricación costosa y materiales muy escasos, actualmente más de 60 tipos de materiales compatibles con la fabricación. La impresión 3D con la diversidad de materiales permite crear prototipos más rápidos para las pruebas reduciendo el tiempo de concepción como de fabricación
Sanidad	
Siemens	Digitalizo el desarrollo de prótesis Oseas ya que mediante un sistema puede fabricar prótesis específicas para cada cliente solo en unas horas.

Fuente: (Barros, 2017)

Protocolo IP (Internet Protocol)

El protocolo de internet es la identificación de cada computadora o dispositivo electrónico conectada en la red de internet, esto permite que los paquetes de información emitidos desde un computador hacia otro sean enviados adecuadamente según su dirección IP.

Según Barbancho y otros (2014) “el protocolo IP es la base fundamental de internet. Se encuentra en todos los computadores y dispositivos de encaminamiento, y se encarga de transmitir datos desde el computador origen al destino pasando por todos los dispositivos de encaminamiento necesarios” (p.115).

Internet de las cosas

Esta nueva tendencia busca que todo esté conectado mediante dispositivos tecnológicos conectados a una red que permite la comunicación de todo el mundo, esta inmensa red busca la armonía y conectividad de lo real, virtual y digital, se encuentra inmersa en todos los ámbitos en el que el ser humano se desarrolla.

Según Liñán, Vives, Bagula, Zennaro y Pietrosevoli (2015):

Partiendo de una compleja red que conecta millones de dispositivos y personas en una infraestructura de multi-tecnología, multi-protocolo y multi-plataforma, la visión principal de Internet de las cosas (IoT) es la creación de un mundo inteligente donde lo real, lo digital y lo virtual converjan para crear un entorno inteligente que proporcione más inteligencia a la energía, la salud, el transporte, las ciudades, la industria, los edificios y muchas otras áreas de la vida diaria. (p.2)

Economía digital

El uso de las TIC se ha desarrollado hasta el punto de formar parte de la economía alrededor del mundo, permitiendo la generación de nuevas maneras de realizar actividades económicas mediante la web, la empresa tiene que asumir el reto de la economía digital en el cumplimiento de sus objetivos de manera que elimine sus procesos tradicionales.

Cuesta, (2015) afirma:

La economía digital hace referencia a cómo el uso generalizado de las TIC podría contribuir a la economía real, bien directamente, con el desarrollo de nuevos sectores de TIC, o de forma indirecta, promoviendo el desarrollo de nuevas empresas y haciendo más eficaces las tradicionales.

Tabla 16

Habilidades para dirigir proyectos en la era digital

La transformación digital requiere de habilidades que los directores de proyectos deben tener		
Trasformación Digital	No hay una solución única	Disrupción es oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> • Ciencia de los datos • Una mentalidad innovadora • Conocimiento de la seguridad y privacidad • Conocimiento del cumplimiento legal y normativo • Toma de decisiones basadas en datos • Liderazgo colaborativo 	<p>Los directores utilizan diversos enfoques como plataformas de colaboración y herramientas de gestión de trabajo, también métodos emergentes híbridos y tradicionales permitiendo entregar valor para reducir los riesgos y controlar los costos seleccionando el mejor enfoque.</p>	<p>Los innovadores consideran la disrupción como una oportunidad para mejorar las destrezas, valorando los cambios tecnológicos, con una continua búsqueda de evolucionar y aprovechar los avances entre humanos y máquinas para el trabajo en conjunto.</p>
Capacitar, una prioridad	Enfoque de vanguardia	La cultura flexible
<p>La capacitación y el desarrollo de las habilidades es muy importante ante los avances tecnológicos, las empresas debes buscar la capacitación interna y externa en desarrollar competencias</p>	<p>La empresa que quiere transformarse digitalmente debe aprovechar la tecnología y herramientas que evolucionan. Las organizaciones clasificaran que herramientas están acorde a ellas para volver sus procesos más ágiles.</p>	<p>Crear y promover una cultura que vea a la tecnología como una oportunidad para mejorar sus prácticas. Valorando el cambio.</p>

Fuente: (Instituto PMI, 2018)

Start Up

Según Gómez y Andrino (2014) “Start up o emprendedor es una organización temporal que sea con el fin de verificar si un modelo de negocio sea repetible y permita escalar rápidamente sin perder la calidad y convirtiéndose en un negocio con alto potencial.”

Tabla 17

Como crece un start up

Descubrimiento de clientes	Validación de clientes	Creación de clientes	Creación de la empresa
El PMV es crear un producto o servicio para una limitada población o cliente. PMV permite recoger si el cliente entiende o no el producto y dar con la solución. Esta evaluación permite:		Se valida el modelo de negocio y busca aumentar las acciones de venta y marketing para crecer	Se reorganiza el negocio para buscar la creación de un modelo de negocio que funcione y se pueda ejecutar
<ul style="list-style-type: none"> • Comprender necesidades del cliente • Confirmar propuesta de valor • Clientes interesados • Cuando pagaría el cliente • Certeza de los ingresos. 			

Fuente: (Gómez & Andrino, 2014)

Plataforma virtual

Internet es una puerta de acceso a un entorno digital lleno de participantes con diferentes necesidades, las plataformas virtuales administradas por las empresas buscan el cumplir estas necesidades de manera rápida y eficiente para la obtención de recursos económicos, la empresa al estar conectada permite ofrecer sus servicios de manera directa y oportuna a sus clientes.

Según Di Bella (2016):

Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, permitiendo que los usuarios accedan a ellas a través de Internet. Esto quiere decir que, al utilizar una plataforma virtual, el usuario no debe estar en un espacio físico determinado, sino que sólo necesita contar con una conexión a la Web que le permita ingresar a la plataforma en cuestión y hacer uso de sus servicios. (p.14)

Pipeline de talento o cartera de talento

El pipeline de talento es una forma de gestionar el talento humano en las empresas a través del tiempo, los empleadores lo utilizan como ayuda en la planificación de las vacantes de empleo, la demanda, la cantidad y el momento en un periodo de tiempo determinado. La calidad inicia con los estudiantes hacia los trabajadores buscando las competencias para realizar el trabajo asignado. El tiempo se refiere a optimizar las actividades que agregan valor a la empresa. El costo incluye lo que está gastando en comparación con lo que se produce en calidad y reducción de costos de oportunidad.

Según menciona KPMG International Cooperative (2015):

La alta dirección suele sorprenderse cuando descubre la dificultad inherente a solucionar los desafíos relativos al desarrollo de talento y, sobre todo, cuando se necesita una cantera o semillero de personal en formación (en inglés, pipeline), que permita visualizar la movilidad del capital humano a lo largo del tiempo en las distintas posiciones y proyectos de la organización. (p.9)

Según Tyszko y Sheets (2015):

La gerencia alienta a los empleadores a trabajar con socios externos para desarrollar un sistema de medidas respaldado por integración de dato público-privado, análisis y herramientas. Medidas compartidas ayudará a los empleadores a gestionar tanto la efectividad de las vacantes de empleo previstas, identificadas a través de planificación de la demanda, y la cantidad / momento del talento proporcionado por los socios. Las medidas compartidas también equilibrar mejor tres dimensiones críticas del valor: calidad, tiempo y costo.

- La calidad se refiere a si los estudiantes y los trabajadores tienen las competencias necesarias para tener éxito realizar el trabajo para una función y posición comercial crítica.
- El tiempo incluye maximizar y agilizar el tiempo invertido en actividades de valor agregado y reducción actividades que no agregan valor y tiempos de espera.
- El costo es el equilibrio de la cantidad total de dólares gastados y compartidos por todos los interesados en producir calidad, incluida la reducción de los costos de oportunidad (por ejemplo, ganancias no percibidas). (p.29)

Geeks

El uso del internet y las redes sociales con su constante avance, ha generado un grupo denominado geeks, que tienen un conocimiento y gusto por las nuevas tecnologías que se va

desarrollando, adquieren conocimientos por el uso que le dan a las nuevas tecnologías, se despliegan en lugares donde el acceso a la web es amplio y sin limitaciones de conexión.

Menciona Erreguerena (2016):

Los Geeks cuentan con una característica fundamental que es el gusto por la tecnología, su conocimiento. Su uso de las nuevas tecnologías que aparecen y en particular por la información. Pueden tener cualquier edad en el siglo XXI han aumentado su cifra especialmente en las zonas urbanas y se desarrollan el internet y redes sociales existentes. (p.39)

Mobile learning

La tecnología móvil como los celulares inteligentes incluida una conexión a internet son una gran oportunidad de aprendizaje en el cual la persona puede utilizarlos para capacitarse en diferentes sitios web o aplicaciones adecuadas según lo que se desee aprender, las facilidades que permite esta tecnología de aprendizaje es el acceso en cualquier momento y lugar a la información.

Según Santiago, Trinaldo, Kamijo y Fernández (2015)

Lo que caracteriza entonces al m-learning es que se refiere a los ambientes de aprendizaje basados en la tecnología móvil, orientados a optimizar un aprendizaje muy relacionado con el ulearning (Ubiquitous Learning, o aprendizaje ubicuo), concepto que hace referencia al aprendizaje apoyado en la tecnología y que se puede realizar en cualquier momento y desde cualquier lugar. (p.5)

Baby Boomers

Esta es la generación más antigua que aún se encuentra trabajando en métodos tradicionales en las empresas, vieron los primeros cambios tecnológicos que los cuales por su difícil de acceso no todos manipularon esos aparatos, al ser los más antiguos su ingreso a la era digital tiene mucha dificultad.

Imperial, Mondelli y Rivera (2016) indican que:

Nacidos entre 1946 y 1965, vivieron las grandes crisis y revoluciones de la historia contemporánea, vieron llegar al hombre a la luna y testiguaron el cambio de la televisión de blanco y negro a color. Un gran número de ellos aun trabajan, la mayoría se aproximan a su retiro. (p.3)

Generación X

La generación X es la actual fuerza laboral en las empresas, quienes tienden a priorizar en mejorar su calidad de vida, fomentando emprendimiento y avances tecnológicos pero no tienen las competencias digitales necesarias para manejar un modelo de negocios en línea, las cuales pueden conseguirlas con capacitaciones en una autoformación.

Según Imperial, Mondelli y Rivera (2016):

Está conformado por quienes nacieron entre 1960 y 1980. Sus integrantes han buscado un mejor nivel educativo que el de la generación previa, colocando mayor énfasis en la calidad de vida y cuidando de la salud, promoviendo el emprendimiento y fomentando los desarrollos tecnológicos. (p.3)

Millennials

La generación de los millennials son los que ya conviven con la tecnología y la manejan pero aún no existe esa habilidad para adaptarse con facilidad a cualquier cambio que la tecnología genere para ellos surgió una nueva generación llamada Z quienes se incorporan con mayor facilidad a los cambios tecnológicos y quienes recién se están incorporando al mundo laboral.

Imperial, Mondelli y Rivera (2016) indica:

Las personas nacidas a partir de 1980 rompen los modelos tradicionales que definen a las dos generaciones anteriores. Además, se ha identificado una segunda ola de millennials conocidos como generación Z o i-generation; son personas nacidas desde 1995 que se han incorporado al mercado laboral. Al verse influidos por los recientes avances tecnológicos, incorporan los gadgets en su vida cotidiana son innovadores, individualistas y confían en sí mismos. (p.3)

Generación Z

La generación z o segunda ola de millennials son los que en la actualidad tienen competencias digitales para desenvolverse en esta nueva era ante los cambios tecnológicos con una rápida adaptabilidad, existe también la curiosidad de aprender nuevas cosas mediante el compromiso de cada persona.

Según Pérez, Castro y Fandos (2016) “El alumnado perteneciente a la Generación Z se concibe a sí mismo como experto y competente en TIC, atribuyendo expectativas muy elevadas hacia la tecnología, donde el aprendizaje suele ser independiente o autodidacta” (p.72).

Página web

Las páginas web permiten a los usuarios realizar actividades de manera atractiva con las restricciones que no tienen acceso a más servicios como consultas o transferencias ya que estas se mantienen estáticas hasta la actualización de la administración, esto no permite que se dé un desarrollo digital para satisfacer las necesidades de los clientes mediante internet.

Según García Mariscal (2015):

Una página web, se define como un documento electrónico el cual contiene información en forma de texto, de elementos visuales y de elementos sonoros, que se encuentran alojados en un servidor y se puede acceder a ellas por medio de un navegador. (p.16)

Sitio web

Los sitios web son donde se juntan varias páginas web en el cual el cliente que lo utilice tiene la opción de realizar más actividades virtuales, los sitios web de las empresas deben ser dinámicos para que se puedan trabajar de manera ágil y rápida solucionando los problemas e inquietudes de los clientes, la administración del sitio web debe encontrarse siempre actualizándolo evitando problemas.

Según García Mariscal (2015) “Una página web forma parte de una colección de otras páginas web dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio” (p.16).

Internet

Internet es una red mundial a la cual los seres humanos pueden acceder con la ayuda de una conexión que se encuentran entrelazados de diversas maneras existentes, por este medio fluye una gran cantidad de información, y está siendo aprovechado por las empresas para generar un nuevo valor a las mismas acercándose a una nueva manera de realizar negocios.

Martín y Roldón (2015) afirman:

Internet es una red formada por un gran número de ordenadores distribuidos por todo el mundo en la que puede hallarse gran cantidad de información y que permite utilizar una serie de servicios, estos ordenadores están enlazados por medios muy diversos: claves de red, líneas telefónicas. (p.120)

Síndrome BYOD

El síndrome BYOD es la utilización de la tecnología en las actividades diarias de trabajo, este se muestra como un nuevo fenómeno en las empresas, el acceso en precios a los dispositivos móviles, las conexiones a redes externas permiten realizar un trabajo más cómodo en las actividades empresariales.

Según Venosa, Macia, Piazza y Pacheco (2016):

El fenómeno del BYOD (Bring Your Own Device) viene siendo una tendencia que se expande cada día en todas las organizaciones sin importar su tamaño gracias al uso de diferentes dispositivos móviles inteligentes. Actualmente es muy común realizar las actividades laborales utilizando tecnología. Esto se debe a que es una manera más cómoda de realizar las actividades mejorando el trabajo. También influye los precios de los dispositivos que cada vez es más accesible para el uso en hogares casas y trabajos. (p.1129)

2.4 Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

De la Asamblea Nacional del Ecuador (2008) hace referencia al siguiente artículo con sus respectivos numerales:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. (p. 30)

Ley Orgánica De Telecomunicaciones

De la Ley Orgánica De Telecomunicaciones (2015) menciona en el:

Artículo 3.- Objetivos.

Son objetivos de la presente Ley:

6. Promover que el país cuente con redes de telecomunicaciones de alta velocidad y capacidad, distribuidas en el territorio nacional, que permitan a la población entre otros servicios, el acceso al servicio de Internet de banda ancha. (p. 4)

De la Ley Orgánica De Telecomunicaciones (2015) en el:

Artículo 88.- Promoción de la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

El Ministerio rector de las Telecomunicaciones promoverá la sociedad de la información y del conocimiento para el desarrollo integral del país. A tal efecto, dicho órgano deberá orientar su actuación a la formulación de políticas, planes, programas y proyectos destinados a:

6. Apoyar la educación de la población en materia de informática y tecnologías de la información, a fin de facilitar el uso adecuado de los servicios o equipos.

Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación

El Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación (2016) en sus objetivos menciona:

3.4.1.1. Aumentar el uso de TIC en PyMEs y microempresas

Este objetivo pretende, por una parte, contribuir a la alfabetización digital de las microempresas y PyMEs que lo necesiten. Esto es, generar oportunidades para que las Mi Pymes se capaciten en tema TIC básicos, incluido el uso de las herramientas de gobierno en línea disponibles. Esto permitirá mejorar el estado actual de acceso a servicios básicos TIC de Ecuador, en donde, por ejemplo, sólo 6 de cada 10 microempresas usa Internet para enviar y recibir correos, 5 de cada 10 para obtener información de bienes y servicios, y sólo 3 de cada 10 para interactuar con el Estado. Contribuir a la alfabetización digital de las empresas establecerá la base para que éstas entiendan los beneficios del uso de las TIC e incentivará la inversión en dichos servicios en el mediano y largo plazo. (p. 37)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidades de la investigación

a. Según el propósito

Las investigaciones según el propósito son puro aplicado porque los resultados obtenidos de la presente investigación serán utilizados en la solución de un problema según lo que identifique en las empresas de servicios, la investigación institucional hace referencia a la presentación de una tesis en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga.

Según Parreño (2016):

Puro aplicado. Los resultados de este tipo de investigación inmediatamente son utilizados para resolver un problema a corto, mediano o largo plazo.

Investigación institucional. A una institución le interesa o solicita que se investigue un problema. Esto es lo más cotidiano y aplicado en nuestra cultura; se realiza una investigación, ya sea por apoyar a la comunidad o por trabajo de una asignatura o tesis. (p. 53)

b. Según el método de investigación

Los métodos de investigación utilizado será el inductivo y deductivo ya que se parte de los datos obtenidos en las empresas utilizando técnicas de recolección de datos, los mismos que se analizaran de manera general para una posterior interpretación y elaboración de una propuesta adecuada a las empresas que formen parte de la investigación.

Según Parreño (2016):

“**Método inductivo.** Va de hechos particulares a generales; pueden ser leyes, teorías, conocimientos, datos. Para esto es necesario aplicar correctamente la metodología.

Método deductivo. Es aquel que va de hechos generales a particulares” (p. 53).

c. Según las técnicas de investigación

La técnica de investigación utilizada es la bibliográfica en la que se utiliza diferentes fuentes como libros físicos, electrónicos y distintos documentos de investigaciones disponibles en internet, se utiliza también la investigación conjunta que es la combinación de la bibliografía con la investigación de campo que se realizara en las empresas participantes de la investigación.

Parreño (2016) indica:

Bibliográfica. Es aquella que permite hacer una amplia investigación de diferentes textos, libros. Para hacer una investigación profunda se debe investigar todos los libros publicados sobre el tema y lo recomendable es revisarlos desde los más actualizados a los menos actualizados; según esto, hacer una comparación de evolución.

Investigación conjunta. Se hace una investigación bibliográfica y de campo. (p. 54)

d. Según el lugar de la investigación

En el lugar de investigación hace referencia a la investigación de campo porque se procederá fuera del área que se frecuenta, la muestra con la que se trabajara son las empresas del sector servicios localizadas en diferentes cantones en la provincia de Cotopaxi, el investigador deberá acercarse a cada una de las empresas para la obtención de información.

Según Parreño (2016) “**Investigación de campo.** Como su nombre lo indica, es cuando se realiza fuera de un lugar acondicionado, es decir en el lugar natural donde ocurren los hechos. Por ejemplo, en hogares, calles, parques, etc.” (p.54)

e. Según la relación al tiempo

En la relación de tiempo es un estudio prospectivo que va hacia el futuro, ya que la investigación se realizara en el presente y la información obtenida harán referencia a lo que está pasando actualmente en las empresas del sector servicios que son parte de la

investigación, revelando la situación de competencias digitales y otros datos referente a la era digital.

Según Parreño (2016) “**Estudio prospectivo.** Cuando se registran los hechos según van ocurriendo (hacia el futuro). El investigador puede controlar la calidad de información.” (p.54)

f. Según la secuencia del estudio

En la secuencia de estudio se toma el estudio transversal que utiliza las variables en un periodo de tiempo determinado al desarrollarse la investigación, según lo que está pasando en las empresas que intervienen, los estudios longitudinales están enfocados a la relación existente en las variables dependiente e independiente utilizadas en el estudio.

Parreño (2016) indica: “**Estudios transversales.** Se caracterizan por estudiar las variables simultáneamente en un determinado tiempo. Es dar respuesta a las preguntas qué pasó o está pasando” (p.55).

g) Según la relación con el problema

En la relación del problema se utilizara los estudios descriptivos que permite determinar características de diferentes situaciones que se están desarrollando en relación de problema existente en la investigación, también se utilizara el estudio analítico que permite demostrar la hipótesis planteada en la investigación, con los datos recolectados y las respectivas pruebas estadísticas.

Según Parreño (2016):

Estudios descriptivos. Estos estudios corresponden lógicamente a los problemas descriptivos, por lo que se enfocan netamente a responder características de cómo es o cómo está tal o cual situación respecto a un problema o variable.

Estudios analíticos. Estos estudios se realizan para dar secuencia lógica a un problema explicativo o causal y se orientan a demostrar la hipótesis explicativas o causales. (p, 57)

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Investigación exploratoria

Se utilizara la investigación exploratoria ya que se busca detectar que competencias digitales se tienen en las empresas del sector servicios en Cotopaxi mediante la investigación directa en cada institución, el avance en el uso de internet en la realización de negocios, permitirá determinar que hechos se están suscitando actualmente y como están reaccionando las empresas ante este nuevo reto que no se debe ignorar.

Este tipo de investigación según Mousalli (2015):

Inicia con un fenómeno que el investigador ha observado y trata de comprender más sobre él, así estas investigaciones son un intento de sentar las bases que conduzcan a futuros estudios, o para determinar si lo que se observa podría explicarse por una teoría que existe actualmente. (p.12)

3.2.2 Investigación descriptiva

Esta investigación se utilizara ya que inicia con la recolección de información en bases teóricas permitiendo la ampliación del conocimiento en el tema a investigar, después se procede con la obtención de datos según el criterio del investigador en las empresas participantes del estudio, a continuación se analiza los datos obtenidos buscando el cumplimiento de los objetivos planteados.

Por su parte Mousalli (2015) menciona que:

En muchas oportunidades el investigador puede estar interesado en caracterizar fenómenos, situaciones, eventos indicando sus rasgos más distintivos o diferenciadores. Los investigadores que realizan este tipo de investigaciones, no se convierten en simples elaboradores de tablas y gráficos, sino que recogen los datos sobre la base la revisión teórica realizada, respondiendo a las interrogantes elaboradas entorno al objeto de estudio y el problema planteado, de esta forma en estos estudios se presenta, resume y analiza la información de manera cuidadosa y en atención al nivel de aleatorización en la selección de la muestra es posible realizar generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (p.15)

3.2.3 Investigación correlacional

La investigación correlacional permite establecer la intensidad y la relación entre las variables que son parte de la tesis, este tipo de investigación ofrece la asociación entre las variables que son medidas según las herramientas estadísticas que se utilicen para el análisis, permitiendo la interpretación de los datos recolectados en las empresas participantes.

Una investigación correlacional según Mousalli (2015):

Las investigaciones correlacionales buscan establecer la intensidad y el sentido de la relación entre dos variables, si una aumenta que pasa con la otra o si una disminuye que pasa con la otra, por lo general se habla de dos variables, pero pueden analizarse asociaciones entre dos o más. Nos ofrecen una medida del grado de asociación lineal entre las variables, las cuales pueden estar medidas en escalas ordinales, intervalo o razón, cada una ajusta el modelo estadístico del coeficiente correspondiente. (p.18)

3.2.4 Investigación explicativa

La investigación explicativa permitirá responder a la pregunta que es lo que está pasando con las competencias digitales del talento humano en las empresas de servicios, en qué condiciones se encuentran frente a un mundo que se va digitalizando constantemente y más rápido, que impacto económico tiene esas competencias.

La investigación explicativa según Mousalli (2015):

El investigador puede estar interesado en establecer las relaciones de causa – efecto entre las variables características de los fenómenos, situaciones o eventos. La meta de toda la investigación explicativa es responder a la pregunta de por qué. La investigación explicativa intenta ir más allá de lo exploratorio y descriptivo de investigación para determinar las causas reales que producen un fenómeno. (p.22)

3.2.5 Investigación proyectiva

En esta investigación se destaca la propuesta planteada con el objetivo de guiar a las empresas en la adopción de la digitalización en el negocio para realizar una parte de sus transacciones, con la colaboración del talento humano y su constante capacitación para el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas existentes en su entorno permitiéndoles desarrollar competencias digitales.

La investigación proyectiva según Mousalli (2015):

Se asocia a la elaboración de un modelo, plan, propuesta como solución a un problema detectado por el investigador, estas investigaciones es una fase de análisis de factibilidad de propuesta, lo cual arroje indicios sobre la posibilidad de realizabilidad y pertinencia de lo que se propone, esto puede hacerse desde la perspectiva teórica o empírica. (p. 22)

3.3 Población y Muestra

Población

La población está compuesta por el total de los miembros ya sean personas o empresas participantes en la investigación, las empresas del sector servicios en la provincia de Cotopaxi son las unidades de observación para la aplicación de la investigación de campo en la búsqueda de información para el cumplimiento de los objetivos planteados.

La población según Parreño (2016) se define como: “el conjunto que se encuentra conformado por todas las unidades de observación, es decir, todos los elementos de estudio.”

Muestra

La muestra es la parte seleccionada de la población para realizar el estudio, en la presente investigación se toman en cuenta a las Cooperativas de Ahorro y Crédito regulas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y las empresas de diferentes servicios reguladas por la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.

La muestra según Parreño (2016) “es un subconjunto o parte del universo extraído por un procedimiento técnico.”

Muestras no probabilísticas

El muestreo no probabilísticas permiten al investigador seleccionar la muestra para la investigación mediante criterios anteriormente planteados, las empresas de servicios en Cotopaxi fueron investigadas con anticipación para formar parte de la presente tesis ya que

cumplen con los requerimientos de inversión en TIC necesarios para analizar las competencias digitales.

Según menciona Parreño (2016) las muestras no probabilísticas: “consiste en seleccionar a los elementos de estudio bajo criterios del investigador; es decir, no todos los sujetos tienen la misma posibilidad de salir seleccionados para formar parte de un estudio en calidad de unidades de observación.”

Muestreo por cuota

Se utiliza el muestreo por cuota ya que previamente se identificó que parte de la población proporcionara datos de las empresas generadoras de servicios que será parte en la aplicación de instrumentos de recolección de datos, y posteriormente para la interpretación de los resultados.

El muestreo por cuota Parreño (2016) “el investigador identifica estratos de la población y determina las proporciones de elementos que necesita de los segmentos de ella.”

Empresas de servicios en la Provincia de Cotopaxi que se utilizarán como muestra en la investigación

Tabla 18

Cooperativas de ahorro y crédito segmentación

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80'000.000,00
2	Mayor a 20'000.000,00 hasta 80'000.000,00
3	Mayor a 5'000.000,00 hasta 20'000.000,00
4	Mayor a 1'000.000,00 hasta 5'000.000,00
	Hasta 1'000.000,00
5	Cajas de Ahorro, bancos comunales y cajas comunales

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria , Seps, 2015)

Empresas de servicios de Actividades de atención de la salud humana y asistencia social
Centro De Diálisis Contigo Cendialcon Cia. Ltda. y Clínica Pro Vida (Salud Cotopaxi Sociedad Anónima Feragusa)

Según Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Supercias (2018)

“Actividades de atención de la salud humana realizadas por enfermeros, enfermeras y auxiliares de enfermería, que no se llevan a cabo en hospitales ni entrañan la participación de médicos ni de odontólogos.”

Seilatacunga Agencia de Viajes y Turismo CIA Ltda.


Según Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Supercias (2018)

“Actividades de las agencias de viajes dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales.”

Tabla 19

Empresas forman parte de la muestra reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Nº	RAZÓN SOCIAL	TIPO
1	UNIÓN MERCEDARIA LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
2	FUTURO SALCEDENSE	Cooperativa de ahorro y crédito
3	CREDIL LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
4	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE COTOPAXI LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
5	ANDINA LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
6	PANAMERICANA LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
7	SIERRA CENTRO LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
8	AEROTÉCNICOS FAE AEROCOOP LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
9	INNOVACIÓN ANDINA LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
10	FRAY MANUEL SALCEDO LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
11	VISIÓN DE LOS ANDES VISANDES	Cooperativa de ahorro y crédito
12	SUMAK KAWSAY LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
13	LIDERES DEL PROGRESO	Cooperativa de ahorro y crédito
14	INTERANDINA	Cooperativa de ahorro y crédito
15	PILAHUIN	Cooperativa de ahorro y crédito
16	9 DE OCTUBRE LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
17	UNIBLOCK Y SERVICIOS LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
18	OCCIDENTAL	Cooperativa de ahorro y crédito
19	ILINIZA LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
20	SINCHI RUNA LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
21	NUEVO AMANECER LTD.–	Cooperativa de ahorro y crédito

CONTINÚA 

COTOPAXI		
22	SAN ANTONIO DE TOACASO	Cooperativa de ahorro y crédito
23	DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE COTOPAXI	Cooperativa de ahorro y crédito
24	LOS ANDES DEL COTOPAXI LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
25	ÉXITO LTDA.	Cooperativa de ahorro y crédito
26	15 DE AGOSTO DE PILACOTO	Cooperativa de ahorro y crédito

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Servicios.seps, 2018)

Tabla 20

Empresas forman parte de la muestra reguladas por la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros

27	CLÍNICA PRÓVIDA	Actividades de atención de la Salud Humana
28	CENTRO DE DIÁLISIS CONTIGO CENDIALCON CIA. LTDA.	Actividades de atención de la Salud Humana
29	SEILATACUNGA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA LTDA.	Actividades de agencia de viajes y operadora de turismo

Fuentes: (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Supercias, 2018)

3.6 Técnicas de recolección de datos

Encuesta

Se escogió la encuesta como técnica de recolección de datos por ser una de las más difundidas en la búsqueda de información que las empresas proporcionen, es un procedimiento con características cuantitativas y cualitativas definidas previamente en la investigación, esta técnica ayudara a obtener datos primordiales para cumplir los objetivos propuestos.

Según Yuni y Urbano (2014):

Una de las técnicas de investigación más difundidas en el campo de las ciencias humanas, sociales y biológicas es la investigación por encuesta. El instrumento privilegiado de esta técnica es el cuestionario. La investigación por encuesta proviene del contexto de la investigación cuantitativa. Aunque puede recopilar información cualitativa, lo que caracteriza a la investigación por encuestas es su intención de describir, analizar y establecer las relaciones entre variables en poblaciones o grupos particulares, generalmente de cierta extensión. En otras palabras, la investigación por encuesta es propicia cuando se quiere obtener un conocimiento de colectivos o clases de sujetos, instituciones o fenómenos. (p.53)

3.6.1 Instrumentos

El cuestionario

El cuestionario como instrumento de recolección de datos es un procedimiento que necesita ser estructurado y ordenado para la obtención de información de manera que cumpla con lo planteado en la operacionalización de variables, ordenado adecuadamente facilita la tabulación de datos con sus respectivas interpretaciones y conclusiones.

Según Yuni y Urbano (2014) “La finalidad del cuestionario es obtener información de manera sistemática y ordenada, respecto de lo que las personas son, hacen, opinan, piensan, sienten, esperan, desean, aprueban o desaprueban respecto del tema objeto de investigación.”

3.7 Técnica de análisis de datos y comprobación de hipótesis

En la presente investigación se obtuvo los resultados estadísticos utilizando las herramientas Microsoft Excel y el Software SPSS, que se presentan en tablas y gráficos cumpliendo los objetivos y la respectiva comprobación de hipótesis de la investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis de los Resultados

Continuando con la investigación, se procede al análisis de los resultados y su respectiva interpretación de los datos recolectados buscando el cumplimiento de los objetivos mediante los análisis estadísticos utilizando tablas y gráficos.

1. ¿Segmento al que la empresa pertenece?

Tabla 21

Segmento de las empresas

Segmento de la empresa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Segmento1	1	3,4	3,4	3,4
Segmento2	1	3,4	3,4	6,9
Segmento3	6	20,7	20,7	27,6
Segmento4	9	31,0	31,0	58,6
Segmento5	9	31,0	31,0	89,7
Otros servicios	3	10,3	10,3	100,0
Total	29	100,0	100,0	

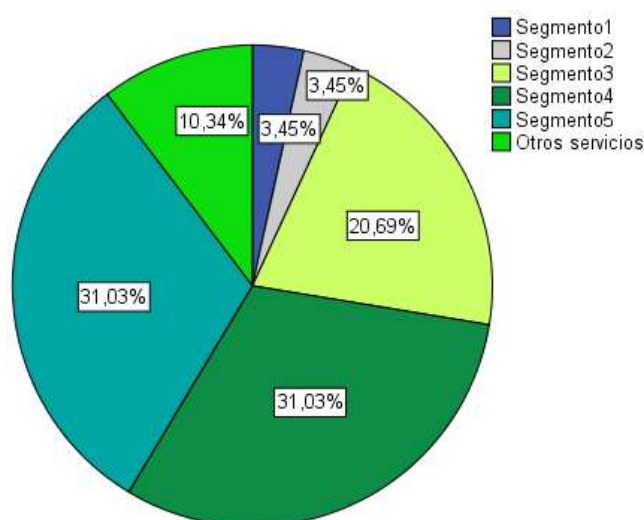


Figura 4. Segmento de las empresas

Las nuevas modalidades de realizar negocios intervienen en diferentes áreas del ser humano, las empresas de servicios no son la excepción para lo cual se realizó la investigación con encuestadas a este sector en la Provincia de Cotopaxi pertenecientes a los servicios de intermediación financiera Cooperativas de Ahorro y Crédito de los segmentos 1 al 5, empresas de atención a la salud de las personas y una empresa de servicios de viajes.

2. ¿Número de empleados de la entidad?

Tabla 22

Número de empleados segmento 1

Segmento 1				
Número de empleados	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100 o más	1	100%	100%	100%

Tabla 23

Número de empleados segmento 2

Segmento 2				
Número de empleados	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50-99	1	100%	100%	100%

Tabla 24

Número de empleados segmento 3

Segmento 3				
Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10-49	4	66,7	66,7	66,7
50-99	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

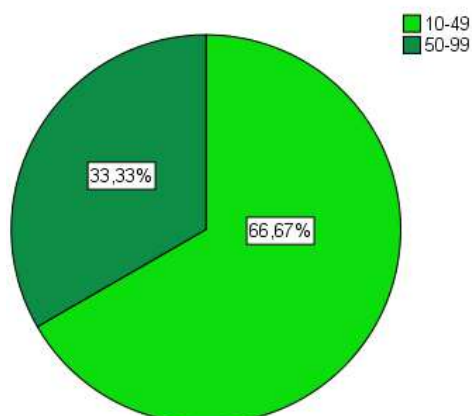


Figura 5. Número de empleados segmento 3

Tabla 25

Número de trabajadores segmento 4

Segmento 4				
Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1-9	3	33,3	33,3	33,3
10-49	5	55,6	55,6	88,9
50-99	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

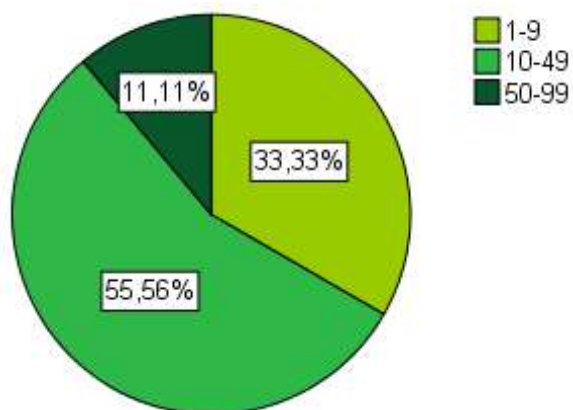


Figura 6. Número de trabajadores segmento 4

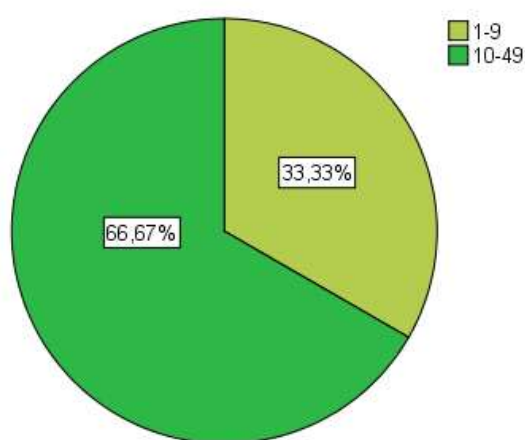
Tabla 26

Número de empleados segmento 5

Segmento 5				
Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1-9	9	100,0	100,0	100,0

Tabla 27*Número de empleados otros servicios*

Otros servicios				
Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1-9	1	33,3	33,3	33,3
10-49	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

**Figura 7.** Número de empleados otros servicios

Las empresas de servicios en la Provincia de Cotopaxi cuentan con un número de empleados no superior a 50 personas, teniendo en cuenta que pertenecen a un sector en mayor porcentaje mediano y pequeño, las empresas del segmento 1 y 2 considerados como grande cuenta con número de empleado mayor a 50.

3. ¿Qué porcentaje de empleados en la empresa manejan equipos de cómputo?

Tabla 28*Empleados que usan equipos de cómputo segmento 1*

Segmento 1				
Manejan equipo de computo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 29*Empleados que usan equipos de cómputo segmento 2*

Segmento 2				
Manejan equipo de computo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 30*Empleados que usan equipos de cómputo segmento 3*

Segmento 3				
Manejan equipo de computo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	6	100,0	100,0	100,0

Tabla 31*Empleados que usan equipos de cómputo segmento 4*

Segmento 4				
Manejan equipo de computo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	9	100,0	100,0	100,0

Tabla 32*Empleados que usan equipos de cómputo segmento 5*

Segmento 5				
Manejan equipo de computo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
75%	3	33,3	33,3	33,3
100%	6	66,7	66,7	100,0
Total	9	100,0	100,0	

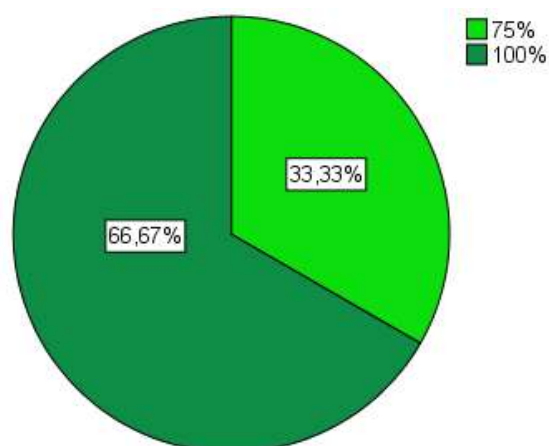


Figura 8. Empleados que usan equipos de cómputo segmento 5

Tabla 33

Empleados que usan equipos de cómputo otros servicios

Otros servicios				
Manejan equipo de computo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
75%	1	33,3	33,3	33,3
100%	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

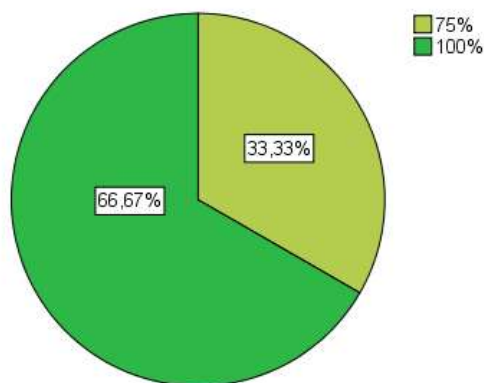


Figura 9. Empleados que usan equipos de cómputo otros servicios

Las empresas del segmento 1 al 4 indican que todo su personal utiliza equipos de cómputo, los segmentos 5 y otros servicios indican que no todos utilizan este equipo para realizar sus actividades siendo estas pequeñas teniendo que compartirlas para algunas actividades o su labores no requiere de este elemento tecnológico.

4. ¿Porcentajes de computadoras existentes conectadas a internet?

Tabla 34

Computadoras conectadas a internet segmento 1

Segmento 1				
Computadoras conectadas a internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 35

Computadoras conectadas a internet segmento 2

Segmento 2				
Computadoras conectadas a internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 36

Computadoras conectadas a internet segmento 3

Segmento 3				
Computadoras conectadas a internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
75%	1	16,7	16,7	16,7
100%	5	83,3	83,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

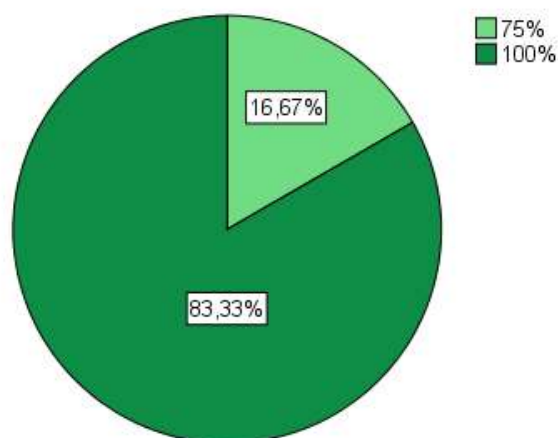


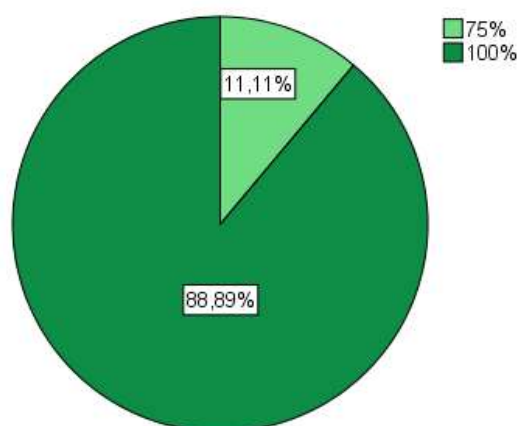
Figura 10. Computadoras conectadas a internet segmento 3

Tabla 37*Computadoras conectadas a internet segmento 4*

Segmento 4				
Computadoras conectadas a internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	9	100,0	100,0	100,0

Tabla 38*Computadoras conectadas a internet segmento 5*

Segmento 5				
Computadoras conectadas a internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
75%	1	11,1	11,1	11,1
100%	8	88,9	88,9	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 11.** Computadoras conectadas a internet segmento 5**Tabla 39***Computadoras conectadas a internet otros servicios*

Otros servicios				
Computadoras conectadas a internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	3	100,0	100,0	100,0

Las empresas del sector servicios en un mayor porcentaje cuentan con una conexión externa como lo es internet en todos sus equipos de cómputo, en el segmento 3 y 5 indican que no

todas sus computadoras están conectadas ya que existen equipos con diferentes usos en los cual no requiere de una conexión.

5. ¿Considera que la educación en las aulas de clase en los diferentes niveles de educación permite desarrollar en el personal competencias digitales de manera?

Tabla 40

Educación desarrolla competencias digitales segmento 1

Segmento 1				
Competencias digitales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 41

Educación desarrolla competencias digitales segmento 2

Segmento 2				
Competencias digitales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 42

Educación desarrolla competencias digitales segmento 3

Segmento 3				
Competencias digitales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	3	50,0	50,0	50,0
Media	3	50,0	50,0	100,0
Total	6	100,0	100,0	

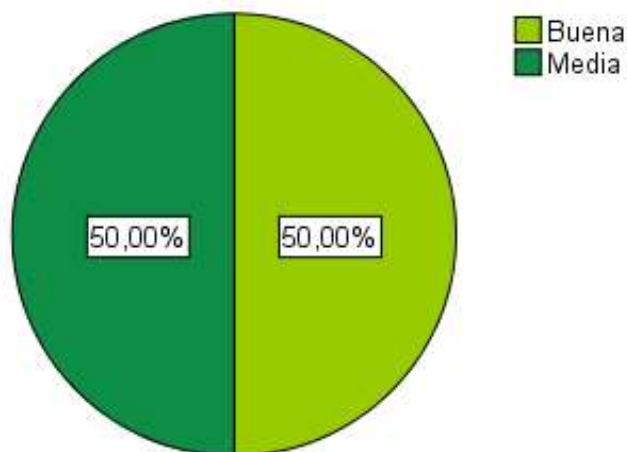
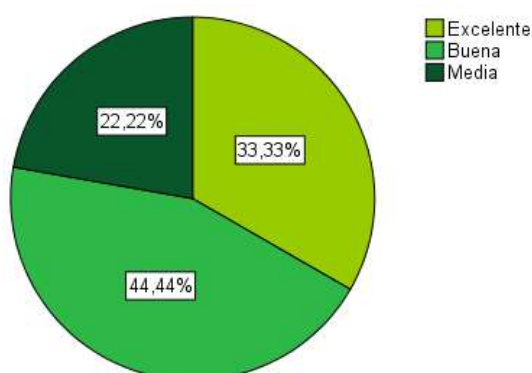


Figura 12. Educación desarrolla competencias digitales segmento 3

Tabla 43*Educación desarrolla competencias digitales segmento 4*

Segmento 4				
Competencias digitales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	3	33,3	33,3	33,3
Buena	4	44,4	44,4	77,8
Media	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 13.** Educación desarrolla competencias digitales segmento 4**Tabla 44***Educación desarrolla competencias digitales segmento 5*

Segmento 5				
Competencias digitales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	2	22,2	22,2	22,2
Buena	6	66,7	66,7	88,9
Media	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

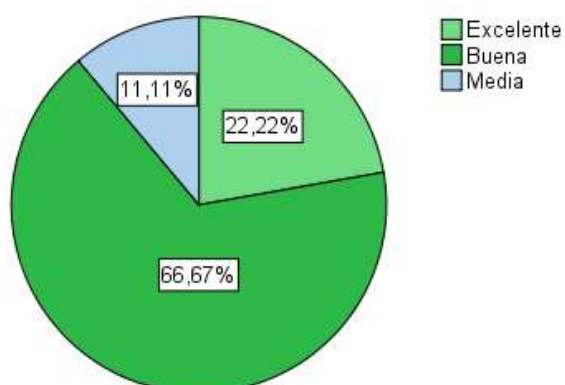
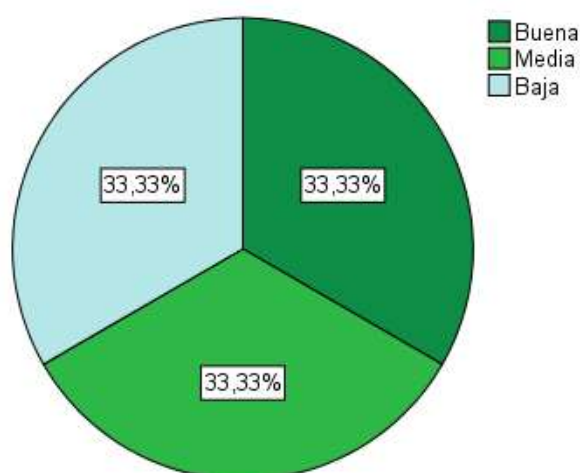
**Figura 14.** Educación desarrolla competencias digitales segmento 5

Tabla 45*Educación desarrolla competencias digitales otros servicios*

Otros servicios				
Competencias digitales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	1	33,3	33,3	33,3
Media	1	33,3	33,3	66,7
Baja	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

**Figura 15.** Educación desarrolla competencias digitales otros servicios

En las empresas de servicios se considera mayormente las competencias digitales del talento humano como buenas, el nivel de competencias medias y excelentes tienen un menor porcentaje, indicando que existen falencias en la educación tradicional para adquirir estas competencias en la era tecnológica.

6. ¿Presupuesto anual asignado para la capacitación del personal?

Tabla 46*Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 1*

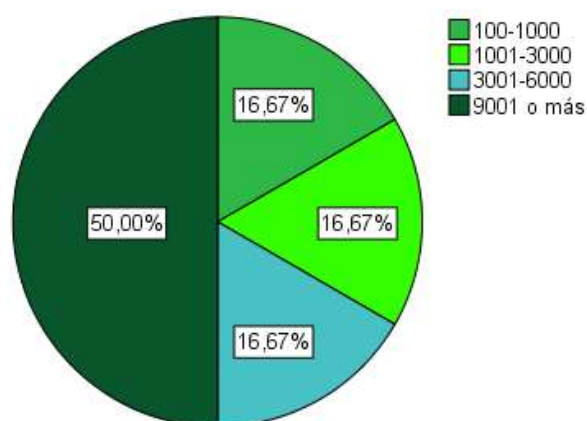
Segmento 1				
Presupuesto capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$ 9001 o más	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 47*Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 2*

Segmento 2				
Presupuesto capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$ 9001 o más	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 48*Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 3*

Segmento 3				
Presupuesto capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$100-\$1000	1	16,7	16,7	16,7
\$1001-\$3000	1	16,7	16,7	33,3
\$3001-\$6000	1	16,7	16,7	50,0
\$9001 o más	3	50,0	50,0	100,0
Total	6	100,0	100,0	

**Figura 16.** Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 3**Tabla 49***Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 4*

Segmento 4				
Presupuesto capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$100-\$1000	5	55,6	55,6	55,6
\$1001-\$3000	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

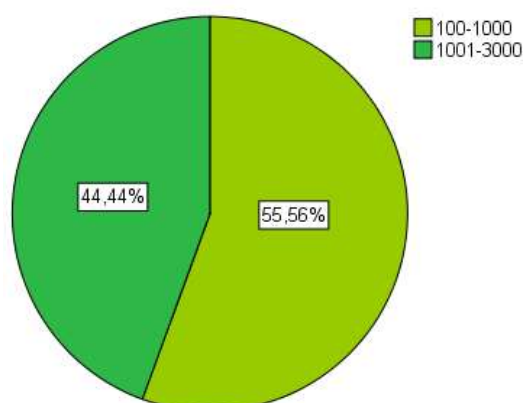


Figura 17. Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 4

Tabla 50

Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 5

Segmento 5				
Presupuesto capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100-1000	6	66,7	66,7	66,7
1001-3000	2	22,2	22,2	88,9
6001-9000	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

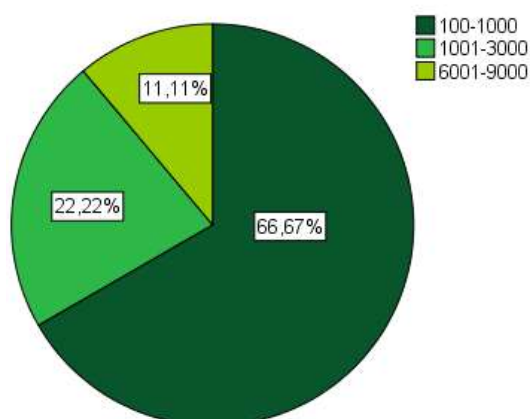


Figura 18. Presupuesto anual asignado para la capacitación segmento 5

Tabla 51

Presupuesto anual asignado para la capacitación otros servicios

Otros servicios				
Presupuesto capacitación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$100-\$1000	3	100,0	100,0	100,0

El presupuesto anual para la capacitación del personal en una mayor proporción de las empresas participantes se encuentra en una escala de 100 a 1000 dólares, teniendo en cuenta que la mayor parte de empresas de servicios son pequeñas, un porcentaje mínimo asigna un monto mayor de 3001 en adelante ya que pertenecen a empresas con un gran número de empleados.

7. ¿Con que frecuencia se capacita al personal para el uso de tecnologías en el negocio?

Tabla 52

Capacitación uso de tecnología segmento 1

Segmento 1				
Capacitación uso tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más de 5 veces al año	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 53

Capacitación uso de tecnología segmento 2

Segmento 2				
Capacitación uso tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una capacitación al año	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 54

Capacitación uso de tecnología segmento 3

Segmento 3				
Capacitación uso tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más de 5 veces al año	1	16,7	16,7	16,7
Entre 2 y 4 capacitaciones al año	4	66,7	66,7	83,3
No se realiza capacitación	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

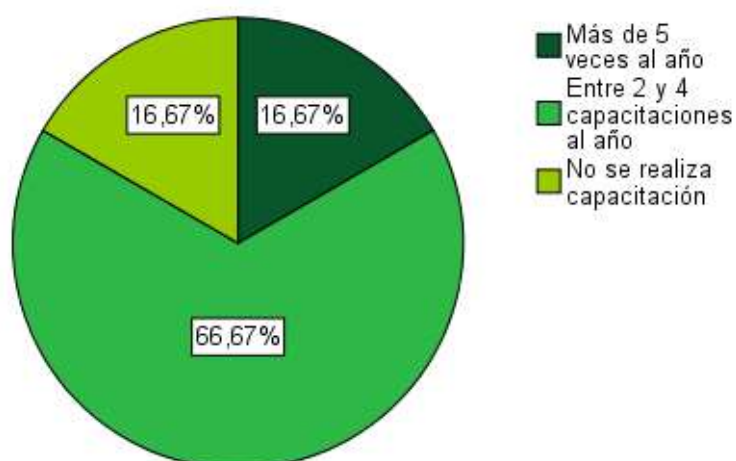


Figura 19. Capacitación uso de tecnología segmento 3

Tabla 55

Capacitación uso de tecnología segmento 4

Segmento 4				
Capacitación uso tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 2 y 4 capacitaciones al año	3	33,3	33,3	33,3
Una capacitación al año	5	55,6	55,6	88,9
No se realiza capacitación	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

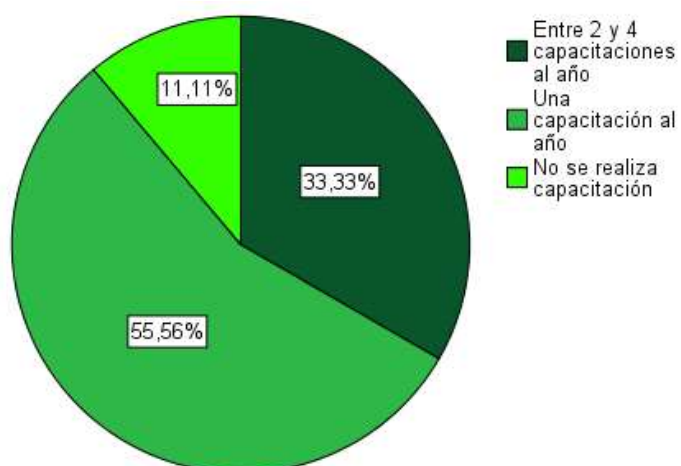
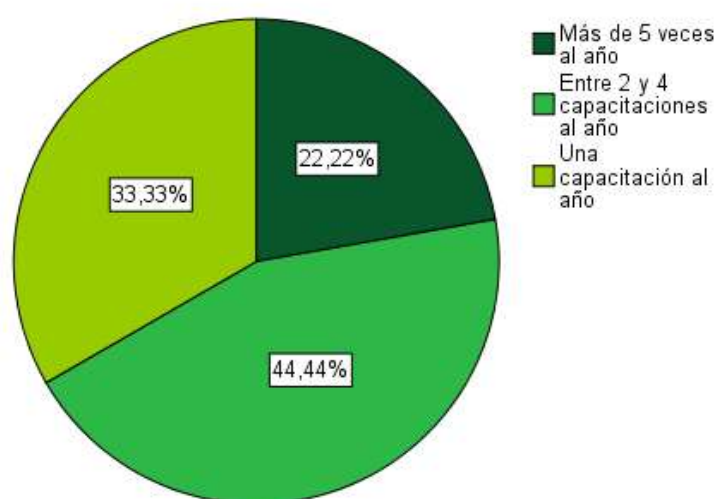


Figura 20. Capacitación uso de tecnología segmento 4

Tabla 56*Capacitación uso de tecnología segmento 5*

Segmento 5				
Capacitación uso tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más de 5 veces al año	2	22,2	22,2	22,2
Entre 2 y 4 capacitaciones al año	4	44,4	44,4	66,7
Una capacitación al año	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 21.** Capacitación uso de tecnología segmento 5**Tabla 57***Capacitación uso de tecnología otros servicios*

Otros servicios				
Capacitación uso tecnología	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 2 y 4 capacitaciones al año	1	33,3	33,3	33,3
Una capacitación al año	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

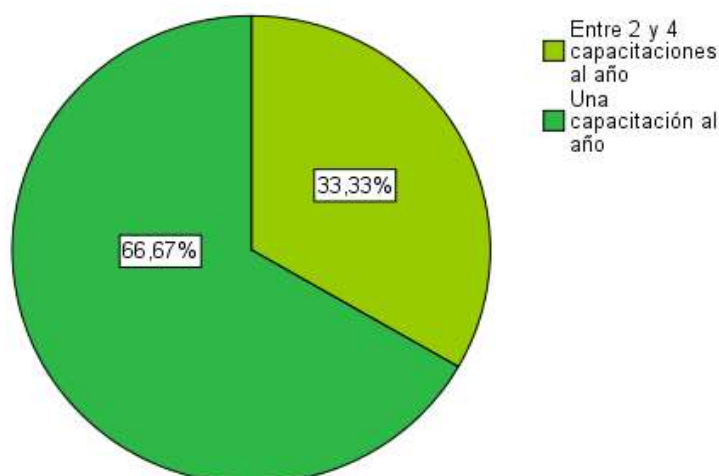


Figura 22. Capacitación uso de tecnología otros servicios

En las empresas participantes de la investigación; del presupuesto anual asignado para las capacitaciones al talento humano, en el uso de tecnología según el segmento que se encuentra se realiza mayormente entre dos y cuatro capacitaciones al año, solo un porcentaje mínimo tiene más de 5 capacitaciones al año y también un bajo porcentaje muestran que no capacitan sobre el uso de tecnologías.

8. ¿Existen iniciativas por parte de la empresa para la autoformación del personal mediante? (escoja más de una)

Tabla 58

Autoformación del personal mediante segmento 1

Segmento 1							
Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	0	0	1	0	1	0	1
No	1	1	0	1	0	1	0
Total	1	1	1	1	1	1	1

Tabla 59*Autoformación del personal mediante segmento 2*

Segmento 2							
Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	1	0	0	0	0	0	0
No	0	1	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1	1	1

Tabla 60*Autoformación del personal mediante segmento 3*

Segmento 3							
Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	3	0	0	1	0	4	2
No	3	6	6	5	6	2	4
Total	6	6	6	6	6	6	6

Tabla 61*Autoformación del personal mediante segmento 4*

Segmento 4							
Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	6	0	2	1	1	5	2
No	3	9	7	8	8	4	7
Total	9	9	9	9	9	9	9

Tabla 62*Autoformación del personal mediante segmento 5*

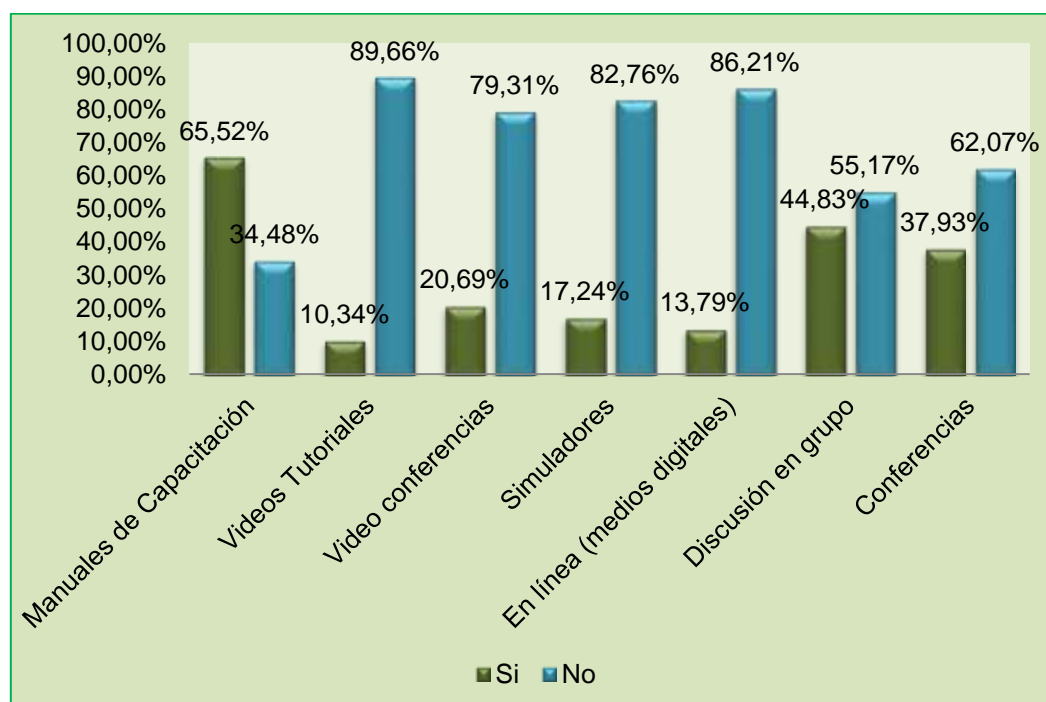
Segmento 5							
Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	7	2	2	1	0	2	4
No	2	7	7	8	9	7	5
Total	9	9	9	9	9	9	9

Tabla 63*Autoformación del personal mediante otros servicios*

Otros servicios							
Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	2	1	1	2	2	2	2
No	1	2	2	1	1	1	1
Total	3	3	3	3	3	3	3

Tabla 64*Autoformación del personal mediante total de empresas*

Autoformación del Personal	Manuales de Capacitación	Videos Tutoriales	Video conferencias	Simuladores	En línea medio digital	Discusión en grupo	Conferencias
Si	19	3	6	5	4	13	11
No	10	26	23	24	25	16	18
Total	29	29	29	29	29	29	29
% Si	65,52%	10,34%	20,69%	17,24%	13,79%	44,83%	37,93%
% No	34,48%	89,66%	79,31%	82,76%	86,21%	55,17%	62,07%

**Figura 23.** Autoformación del personal mediante total empresas

Las empresas del sector servicios en un mayor porcentaje para realizar sus capacitaciones lo realizan de una forma tradicional utilizando manuales, también se recurre a las discusiones en grupo en donde el personal comparte experiencia e inquietudes, la utilización de medios tecnológicos en las capacitaciones aún es muy bajo a pesar de la existencia de equipos que apoyan este tipo de modalidad.

9. ¿La empresa utiliza plataformas virtuales para la atención a sus clientes?

Tabla 65

Utiliza plataformas virtuales segmento 1

Segmento 1				
Uso plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 66

Utiliza plataformas virtuales segmento 2

Segmento 2				
Uso plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 67

Utiliza plataformas virtuales segmento 3

Segmento 3				
Uso plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	66,7	66,7	66,7
No	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

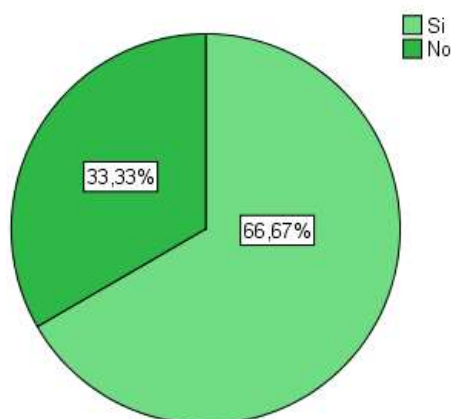


Figura 24. Utiliza plataformas virtuales segmento 3

Tabla 68

Utiliza plataformas virtuales segmento 4

Segmento 4				
Uso plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	55,6	55,6	55,6
No	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

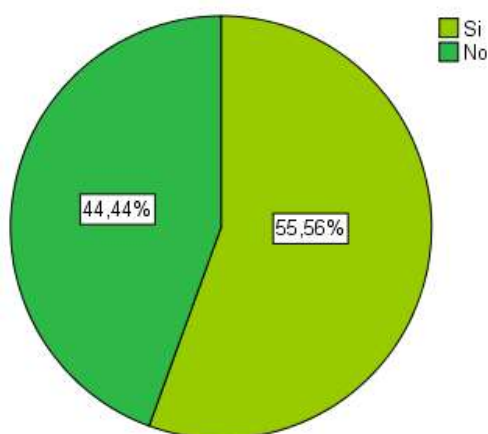


Figura 25. Utiliza plataformas virtuales segmento 4

Tabla 69

Utiliza plataformas virtuales segmento 5

Segmento 5				
Uso plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	9	100,0	100,0	100,0

Tabla 70*Utiliza plataformas virtuales otros servicios*

Otros servicios				
Uso plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	3	100,0	100,0	100,0

De las empresas encuestadas del sector servicios de los segmentos 1 al 4 tienen plataformas virtuales para atender a sus clientes ya sean en sus consultas básicas de cuentas de ahorro, la cotización de créditos, las cuales no tienen una adecuada atención por parte de la administración, las empresas de otros servicios y segmento 5 no utilizan plataformas para llegar al cliente siendo estas empresas pequeñas.

10. ¿Existe un presupuesto para la creación o mejora de una plataforma virtual destinada a la atención de sus clientes en la empresa?

Tabla 71*Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 1*

Segmento 1				
Presupuesto plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 72*Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 2*

Segmento 2				
Presupuesto plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 73*Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 3*

Segmento 3				
Presupuesto plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	50,0	50,0	50,0
No	3	50,0	50,0	100,0
Total	6	100,0	100,0	

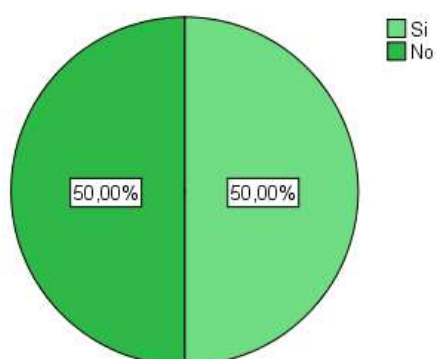


Figura 26. Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 3

Tabla 74

Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 4

Segmento 4				
Presupuesto plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	33,3	33,3	33,3
No	6	66,7	66,7	100,0
Total	9	100,0	100,0	

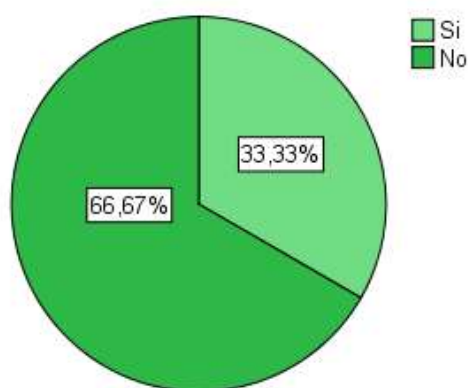


Figura 27. Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 4

Tabla 75

Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 5

Segmento 5				
Presupuesto plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	22,2	22,2	22,2
No	7	77,8	77,8	100,0
Total	9	100,0	100,0	

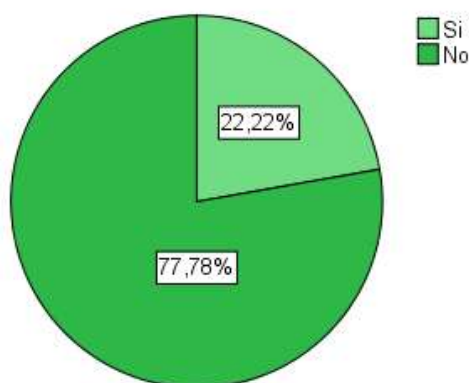


Figura 28. Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual segmento 5

Tabla 76

Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual otros servicios

Otros servicios				
Presupuesto plataforma virtual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	66,7	66,7	66,7
No	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

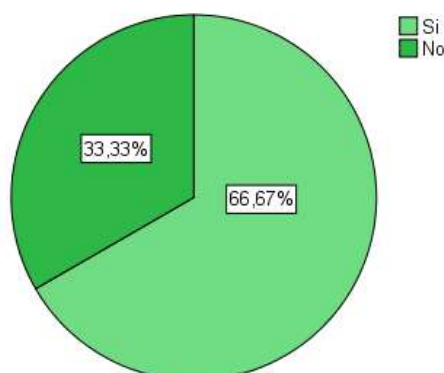


Figura 29. Presupuesto creación o mejora de plataforma virtual otros servicios

De las empresas encuestadas en todos los segmentos y otros servicios tienen un presupuesto asignado para la creación o mejora de una plataforma virtual mediante internet, indicando que permitiría atender a los clientes de mejor manera ya que la sociedad está incurriendo en la utilización de estos medios facilitando su búsqueda en la satisfacción de necesidades con nuevas experiencias entre las empresas y los consumidores, ahorrando recursos por ambas partes de la negociación.

11. ¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?

Tabla 77

Competencias digitales segmento 1

Segmento 1				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buenas	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 78

Competencias digitales segmento 2

Segmento 2				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 79

Competencias digitales segmento 3

Segmento 3				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	2	33,3	33,3	33,3
Buenas	1	16,7	16,7	50,0
Medias	2	33,3	33,3	83,3
Bajas	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

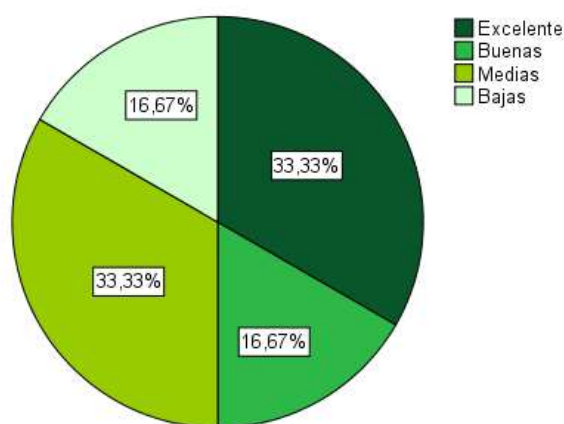
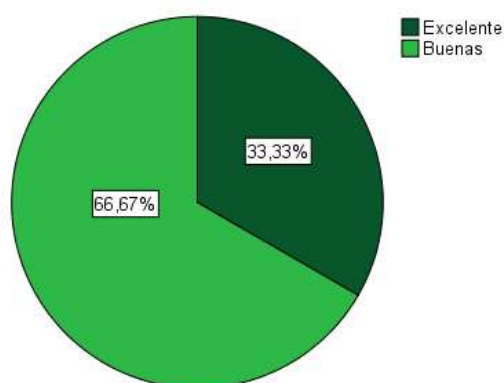


Figura 30. Competencias digitales segmento 3

Tabla 80*Competencias digitales segmento 4*

Segmento 4				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	3	33,3	33,3	33,3
Buenas	6	66,7	66,7	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 31.** Competencias digitales segmento 4**Tabla 81***Competencias digitales segmento 5*

Segmento 5				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	4	44,4	44,4	44,4
Buenas	3	33,3	33,3	77,8
Medias	1	11,1	11,1	88,9
Bajas	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

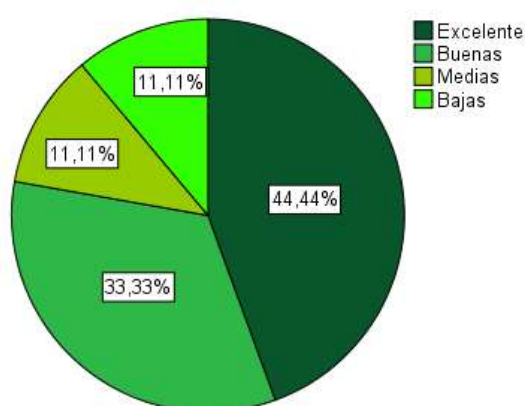


Figura 32. Competencias digitales segmento 5

Tabla 82

Competencias digitales otros servicios

Otros servicios				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	1	33,3	33,3	33,3
Buenas	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

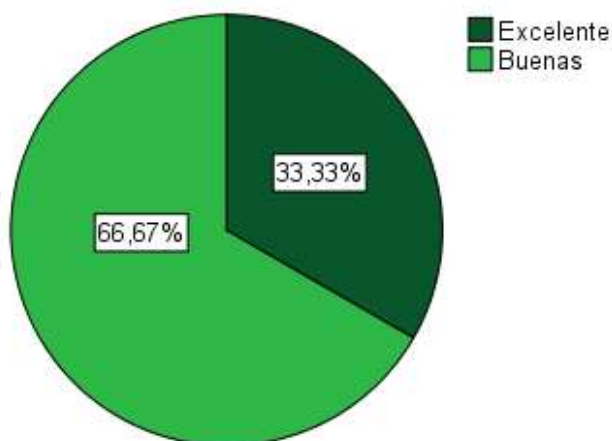


Figura 33. Competencias digitales otros servicios

En las empresas de servicios los segmentos del 1 al 5 y otros consideran en su mayor parte que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son buenas utilizando las herramientas que la empresa otorga para que el personal realice sus actividades, un bajo porcentaje considera que las competencias son excelentes y bajas.

12. La inversión en capacitaciones relacionadas con la utilización de tecnologías en los negocios es

Tabla 83

Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 1

Segmento 1				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 84

Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 2

Segmento 2				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 85

Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 3

Segmento 3				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	4	66,7	66,7	66,7
Importante	1	16,7	16,7	83,3
Moderadamente Importante	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

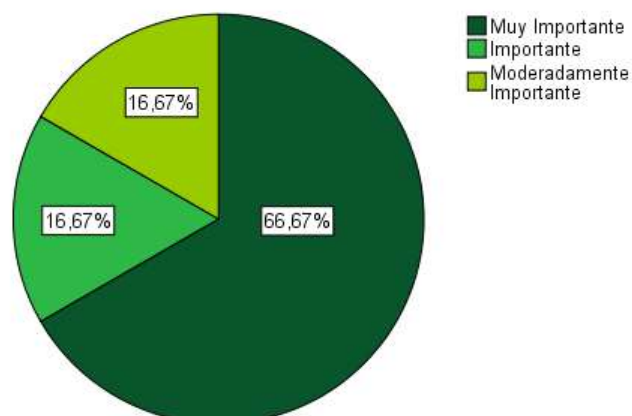
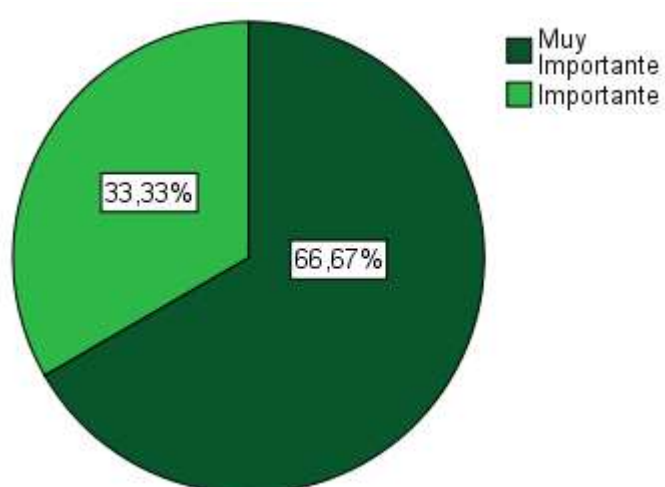


Figura 34. Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 3

Tabla 86*Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 4*

Segmento 4				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	6	66,7	66,7	66,7
Importante	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 35.** Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 4**Tabla 87***Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 5*

Segmento 5				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	6	66,7	66,7	66,7
Importante	2	22,2	22,2	88,9
Sin Importancia	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

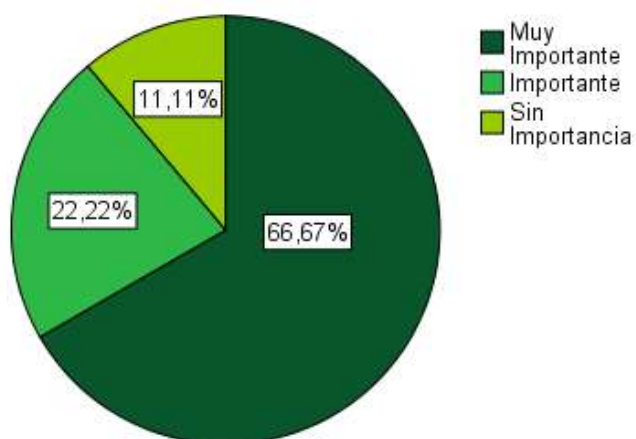


Figura 36. Inversión en capacitación uso de tecnología segmento 5

Tabla 88

Inversión en capacitación uso de tecnología otros servicios

Otros servicios				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Importante	2	66,7	66,7	66,7
Importante	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

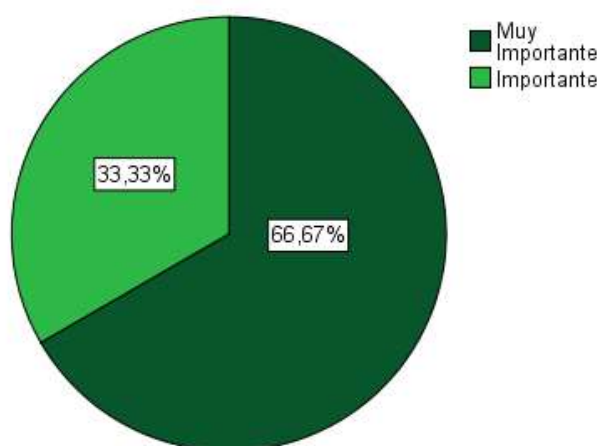


Figura 37. Inversión en capacitación uso de tecnología otros servicios

En las empresas encuestadas todos los segmentos y otros servicios considera que la inversión en capacitaciones en la utilización de tecnologías es muy importante frente a esta nueva era tecnológica ya que no se puede dejar atrás el mantenerse actualizado y poder desempeñarse en todas las áreas de trabajo.

13. ¿La empresa solicita en sus perfiles de contratación competencias relacionados con la era digital?

Tabla 89

Perfiles de contratación segmento 1

Segmento 1				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 90

Perfiles de contratación segmento 2

Segmento 2				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Siempre	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 91

Perfiles de contratación segmento 3

Segmento 3				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	16,7	16,7	16,7
Casi Siempre	4	66,7	66,7	83,3
A veces	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

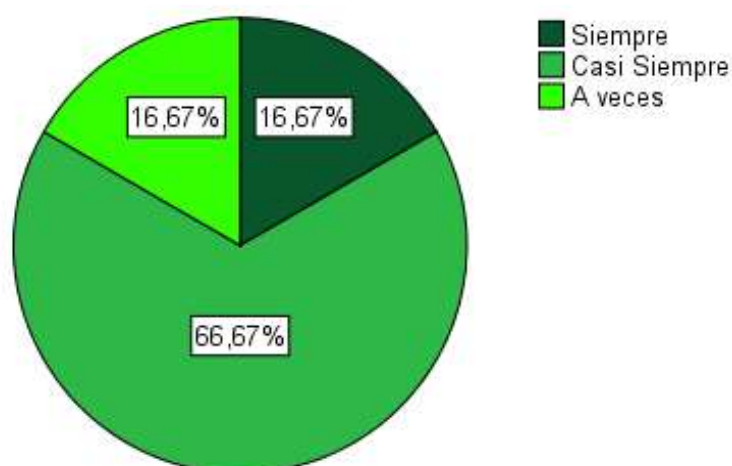
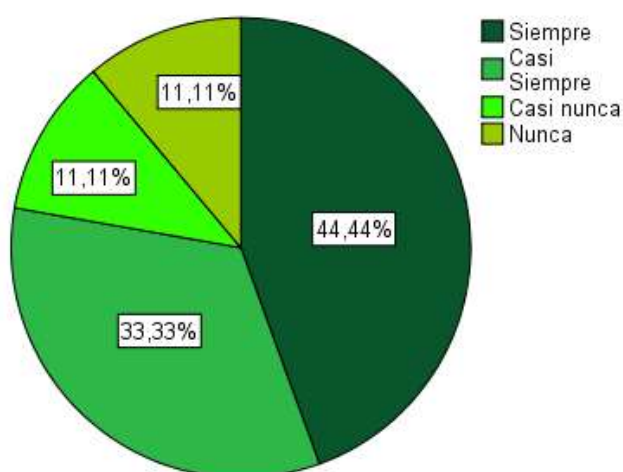


Figura 38. Perfiles de contratación segmento 3

Tabla 92*Perfiles de contratación segmento 4*

Segmento 4				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	4	44,4	44,4	44,4
Casi Siempre	3	33,3	33,3	77,8
Casi nunca	1	11,1	11,1	88,9
Nunca	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 39.** Perfiles de contratación segmento 4**Tabla 93***Perfiles de contratación segmento 5*

Segmento 5				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	3	33,3	33,3	33,3
Casi Siempre	2	22,2	22,2	55,6
A veces	3	33,3	33,3	88,9
Nunca	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

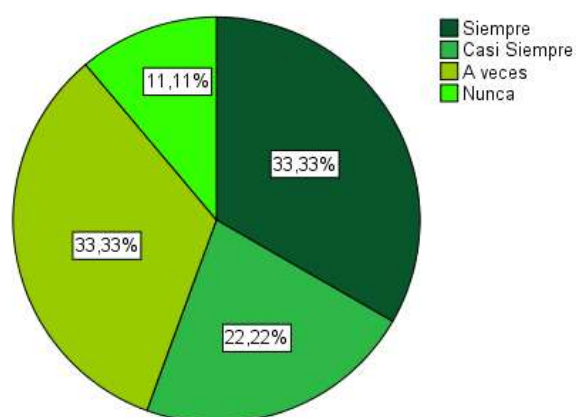


Figura 40. Perfiles de contratación segmento 5

Tabla 94

Perfiles de contratación otros servicios

Otros servicios				
Habilidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Siempre	2	66,7	66,7	66,7
Nunca	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

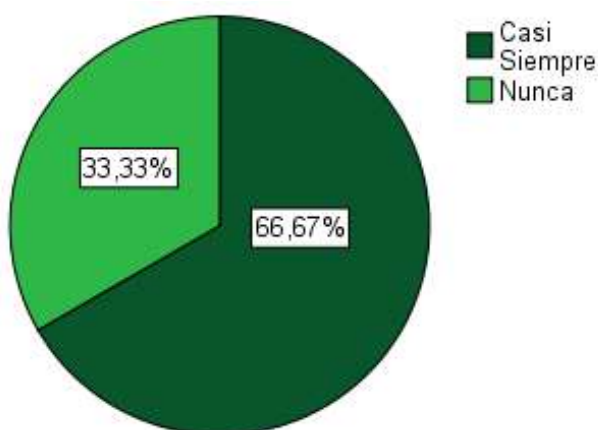


Figura 41. Perfiles de contratación otros servicios

En las empresas del sector servicios en todos los segmentos les interesa contratar personal casi siempre solicita en sus perfiles de contratación competencias digitales considerándolas no necesarias en todas sus labores o se les da una inducción al inicio de sus actividades laborales y un bajo porcentaje casi nunca le interesa contratar personal con competencias relacionadas con la era digital.

14. ¿Considera que el cambio acelerado de la tecnología es más rápido que la adquisición de conocimientos digitales de los seres humanos?

Tabla 95

Cambio acelerado de la tecnología segmento 1

Segmento 1				
Cambio acelerado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 96

Cambio acelerado de la tecnología segmento 2

Segmento 2				
Cambio acelerado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 97

Cambio acelerado de la tecnología segmento 3

Segmento 3				
Cambio acelerado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 98

Cambio acelerado de la tecnología segmento 4

Segmento 4				
Cambio acelerado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 99

Cambio acelerado de la tecnología segmento 5

Segmento 5				
Cambio acelerado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	7	77,8	77,8	77,8
No	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

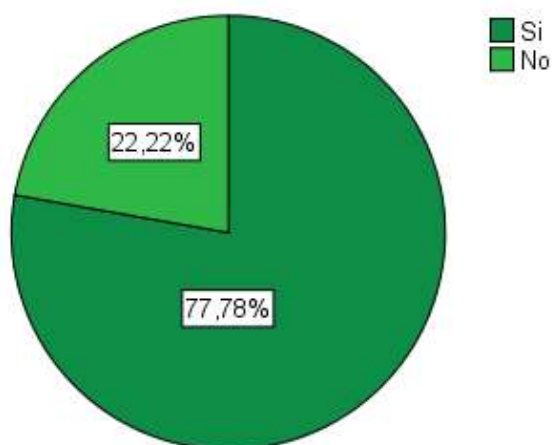


Figura 42. Cambio acelerado de la tecnología segmento 5

Tabla 100

Cambio acelerado de la tecnología otros servicios

Otros servicios				
Cambio acelerado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Los gerentes de las empresas del segmento 1 al 5 y otros servicios consideran que la tecnología tiene un avance mucho más rápido que la formación de las personas, por tanto es imprescindible un compromiso hacia la autoformación y una apertura hacia procesos de educación continua desde el sistema nacional de educación por medio de las universidades o empresas dedicadas a la formación de personal, generando incluso nuevas oportunidades para el emprendimiento.

15. ¿Existe iniciativa por parte del personal para su autoformación en temas que desconocen?

Tabla 101

Iniciativa por a autoformación segmento 1

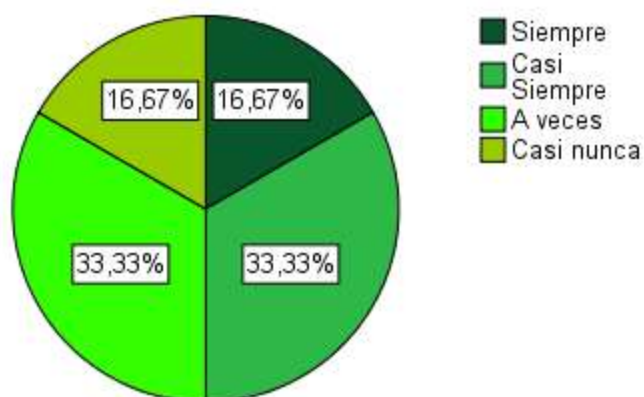
Segmento 1				
Autoformación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 102*Cambio acelerado de la tecnología segmento 2*

Segmento 2				
Autoformación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 103*Cambio acelerado de la tecnología segmento 3*

Segmento 3				
Autoformación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	16,7	16,7	16,7
Casi Siempre	2	33,3	33,3	50,0
A veces	2	33,3	33,3	83,3
Casi nunca	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

**Figura 43.** Cambio acelerado de la tecnología segmento 3**Tabla 104***Cambio acelerado de la tecnología segmento 4*

Segmento 4				
Autoformación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	4	44,4	44,4	44,4
Casi Siempre	3	33,3	33,3	77,8
A veces	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

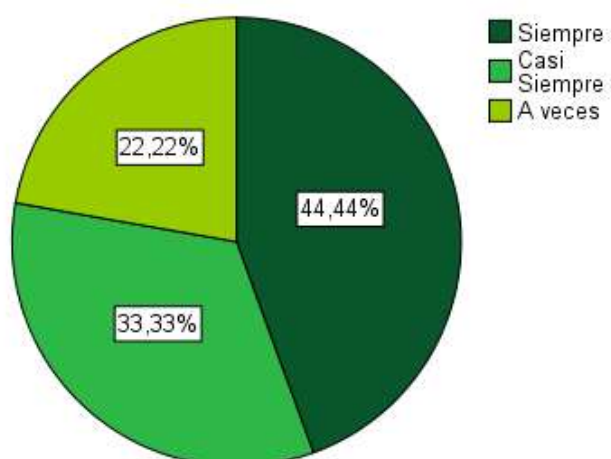


Figura 44. Cambio acelerado de la tecnología segmento 4

Tabla 105

Cambio acelerado de la tecnología segmento 5

Segmento 5				
Autoformación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	3	33,3	33,3	33,3
Casi Siempre	3	33,3	33,3	66,7
A veces	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

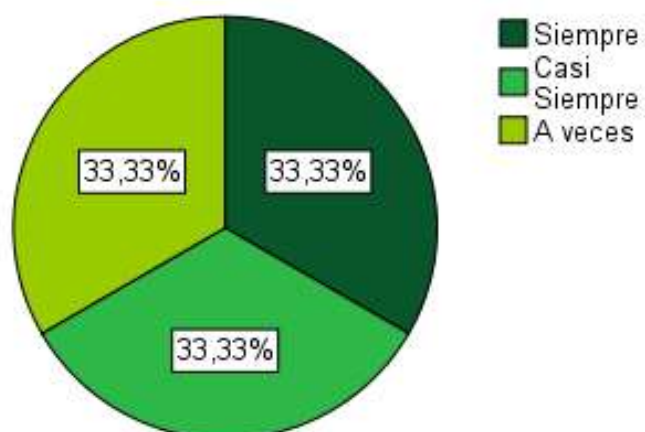
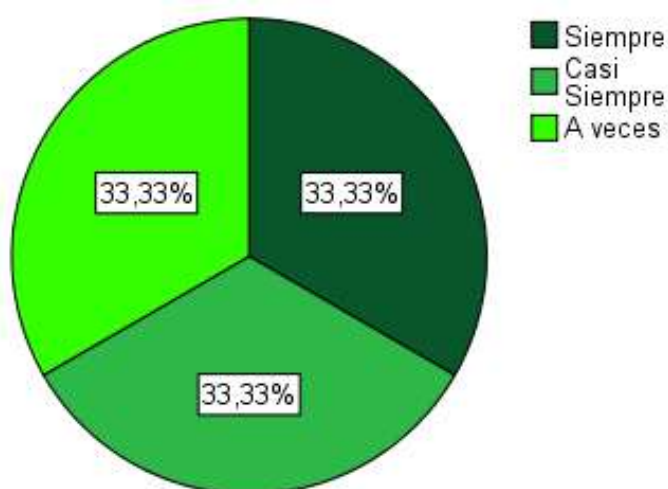


Figura 45. Cambio acelerado de la tecnología segmento 5

Tabla 106*Cambio acelerado de la tecnología otros servicios*

Otros servicios				
Autoformación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	33,3	33,3	33,3
Casi Siempre	1	33,3	33,3	66,7
A veces	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

**Figura 46.** Cambio acelerado de la tecnología otros servicios

Del total de empresas encuestadas se identifica que el personal tiene una iniciativa por la autoformación en a veces sobre nuevos temas, mostrando un bajo interés por la búsqueda de conocimiento para la mejora de sus competencias, y no existe el aprovechamiento de los recursos existentes en internet para capacitarse.

16. Las competencias digitales de su talento humano en el manejo de herramientas electrónicas interactivas de comunicación mediante internet son:

Tabla 107*Manejo herramientas electrónicas segmento 1*

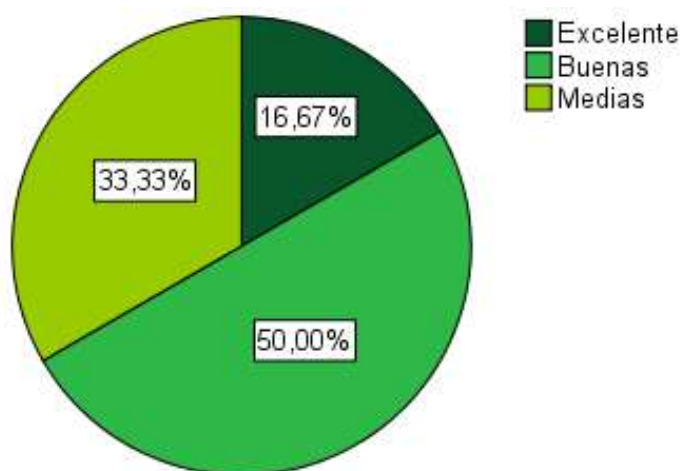
Segmento 1				
Competencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buenas	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 108*Manejo herramientas electrónicas segmento 2*

Segmento 2				
Competencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buenas	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 109*Manejo herramientas electrónicas segmento 3*

Segmento 3				
Competencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	1	16,7	16,7	16,7
Buenas	3	50,0	50,0	66,7
Medias	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

**Figura 47.** Manejo herramientas electrónicas segmento 3**Tabla 110***Manejo herramientas electrónicas segmento 4*

Segmento 4				
Competencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	2	22,2	22,2	22,2
Buenas	5	55,6	55,6	77,8
Medias	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

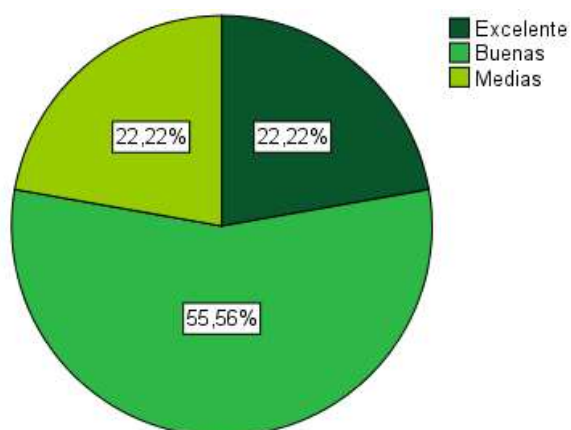


Figura 48. Manejo herramientas electrónicas segmento 4

Tabla 111

Manejo herramientas electrónicas segmento 5

Segmento 5				
Competencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buenas	7	77,8	77,8	77,8
Medias	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

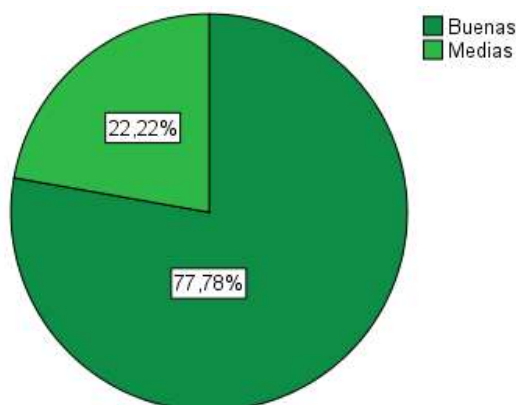


Figura 49. Manejo herramientas electrónicas segmento 5

Tabla 112

Manejo herramientas electrónicas otros servicios

Otros Servicios				
Competencias	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	1	33,3	33,3	33,3
Buenas	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

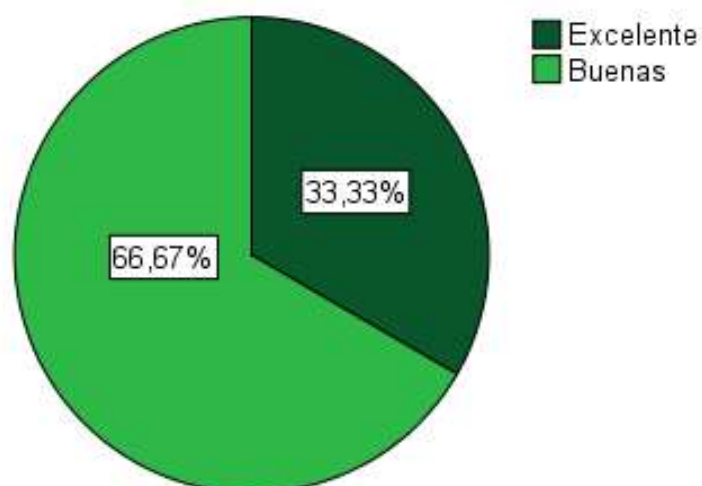


Figura 50. Manejo herramientas electrónicas otros servicios

Las herramientas de comunicación mediante internet ayudan en la circulación rápida de la información en la empresa en las cuales mencionan que la capacidad de manejo de los empleados es buena, mostrando que aún existe deficiencia en el manejo de este tipo de herramientas desaprovechándolas para el uso en los negocios.

17. ¿Considera que la transformación digital es un proceso?

Tabla 113

Transformación digital es un proceso segmento 1

Segmento 1				
Transformación digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Normal	1	100.0	100.0	100.0

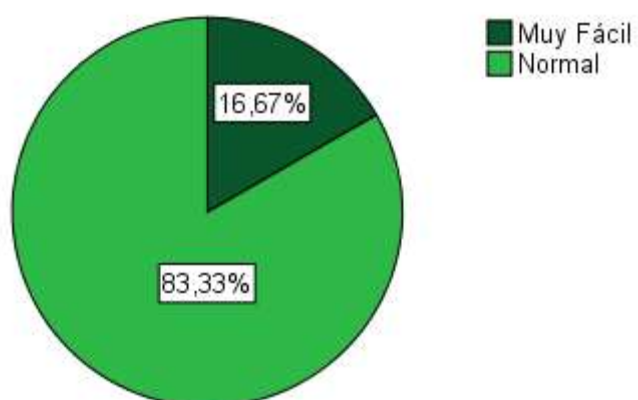
Tabla 114

Transformación digital es un proceso segmento 2

Segmento 2				
Transformación digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Fácil	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 115*Transformación digital es un proceso segmento 3*

Segmento 3				
Transformación digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Fácil	1	16,7	16,7	16,7
Normal	5	83,3	83,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

**Figura 51.** Transformación digital es un proceso segmento 3**Tabla 116***Transformación digital es un proceso segmento 4*

Segmento 4				
Transformación digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Fácil	5	55,6	55,6	55,6
Normal	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

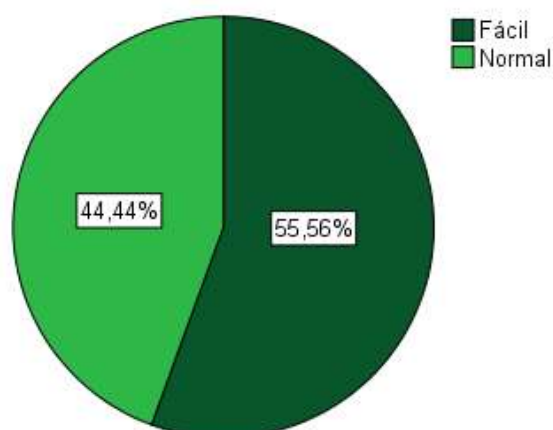
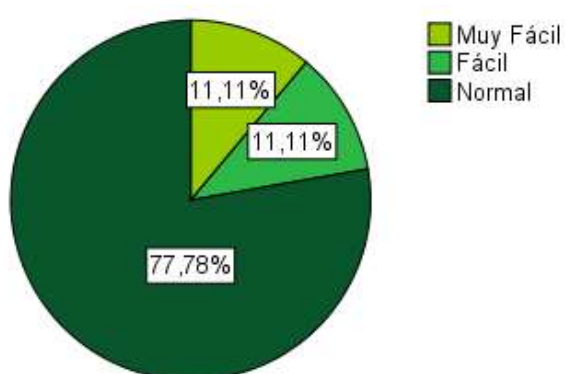
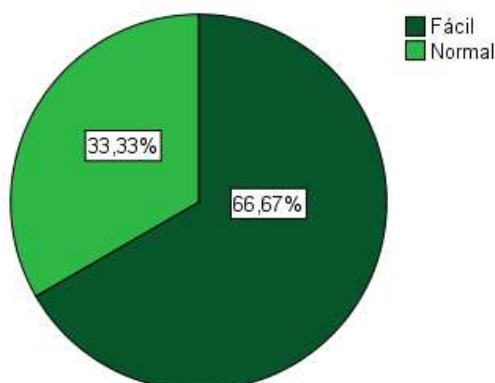
**Figura 52.** Transformación digital es un proceso segmento 4

Tabla 117*Transformación digital es un proceso segmento 5*

Segmento 5				
Transformación digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Fácil	1	11,1	11,1	11,1
Fácil	1	11,1	11,1	22,2
Normal	7	77,8	77,8	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 53.** Transformación digital es un proceso segmento 5**Tabla 118***Transformación digital es un proceso otros servicios*

Otros servicios				
Transformación digital	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Fácil	2	66,7	66,7	66,7
Normal	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

**Figura 54.** Transformación digital es un proceso otros servicios

La transformación digital es un proceso con diferente nivel de dificultad para cada empresa el mayor porcentaje de empresas de los segmentos 1 al 5 y otros indica que tiene un nivel de dificultad normal tomando en cuenta que varios de sus procesos ya son realizados utilizando la tecnología en gran parte de sus transacciones y actividades diarias, solo una empresa del segmento 3 indica que sería difícil para acoplarlo a sus actividades de negociación.

18. ¿Existe un entorno de trabajo abierto a nuevas maneras de negociar?

Tabla 119

Entorno de trabajo abierto segmento 1

Segmento 1				
Entorno de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 120

Entorno de trabajo abierto segmento 2

Segmento 2				
Entorno de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 121

Entorno de trabajo abierto segmento 3

Segmento 3				
Entorno de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	83,3	83,3	83,3
No	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

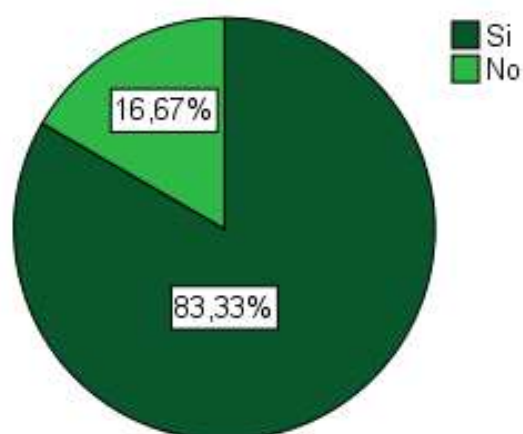


Figura 55. Entorno de trabajo abierto segmento 3

Tabla 122

Entorno de trabajo abierto segmento 4

Segmento 4				
Entorno de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	66,7	66,7	66,7
No	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

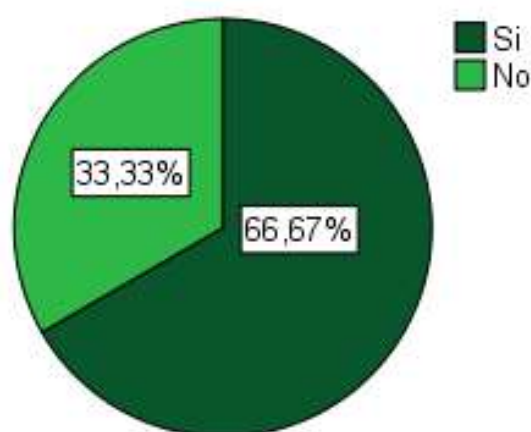


Figura 56. Entorno de trabajo abierto segmento 4

Tabla 123

Entorno de trabajo abierto segmento 5

Segmento 5				
Entorno de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	9	100,0	100,0	100,0

Tabla 124*Entorno de trabajo abierto otros servicios*

Otros servicios				
Entorno de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	100,0	100,0	100,0

En las empresas encuestadas indican gran parte de ellas tiene un entorno abierto a nuevas maneras de llegar a los clientes y realizar sus negocios pero los procedimientos para otorgar un crédito o vender un servicio tiene que cumplirse, un bajo porcentaje menciona que no, ya que tiene que cumplir los procedimientos que la empresa autoriza al realizar negocios.

19. ¿Se han implementado programas dirigidos hacia el talento humano para la satisfacción de necesidades utilizando internet?

Tabla 125*Programas satisfacción necesidades segmento 1*

Segmento 1				
Implementación de programas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 126*Programas satisfacción necesidades segmento 2*

Segmento 2				
Implementación de programas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 127*Programas satisfacción necesidades segmento 3*

Segmento 3				
Implementación de programas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	33,3	33,3	33,3
No	4	66,7	66,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

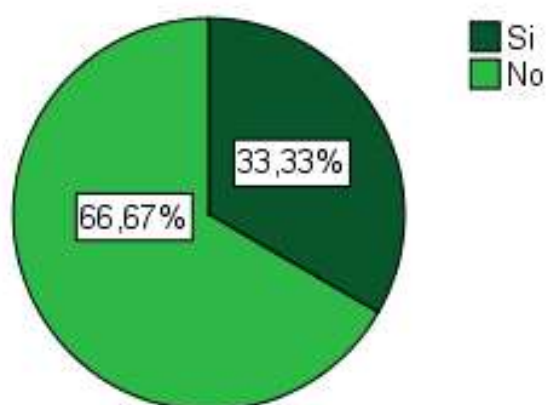


Figura 57. Programas satisfacción necesidades segmento 3

Tabla 128

Programas satisfacción necesidades segmento 4

Segmento 4				
Implementación de programas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	44,4	44,4	44,4
No	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

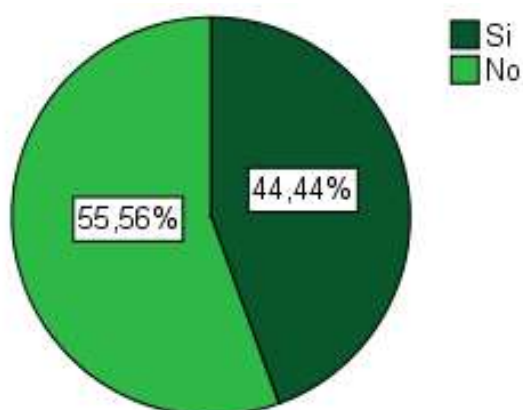


Figura 58. Programas satisfacción necesidades segmento 4

Tabla 129

Programas satisfacción necesidades segmento 5

Segmento 5				
Implementación de programas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	44,4	44,4	44,4
No	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

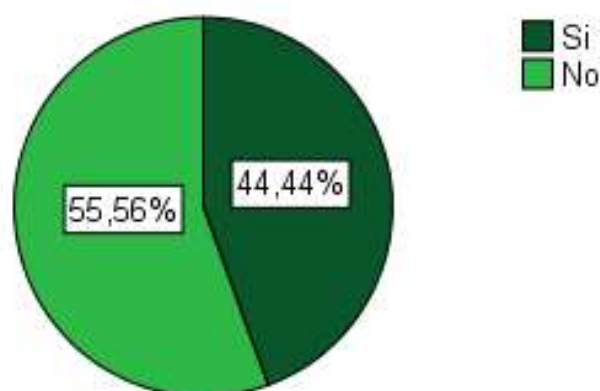


Figura 59. Programas satisfacción necesidades segmento 5

Tabla 130

Programas satisfacción necesidades otros servicios

Otros servicios				
Implementación de programas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	100,0	100,0	100,0

La mayor parte de las empresas de todas las participantes no utiliza internet para satisfacer las necesidades de comunicación rápida entre empleados, el porcentaje restante menciona que la utilización del internet ha permitido la creación de grupos en redes sociales para la comunicación e información de los miembros de las entidades facilitando la ejecución de algunas labores dentro del trabajo como las reuniones y problemas en agencias.

20. ¿Cambiaría la gestión tradicional de realizar negocios por una gestión digital?

Tabla 131

Cambiar gestión tradicional segmento 1

Segmento 1				
Gestión tradicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

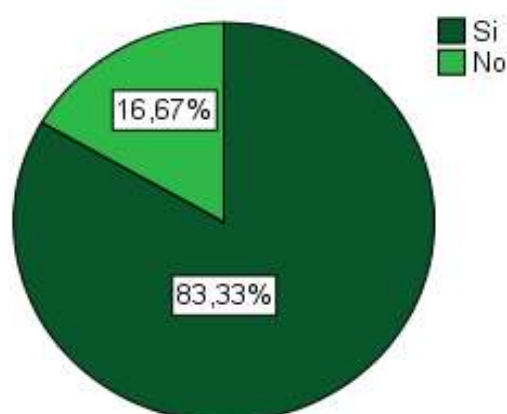
Tabla 132

Programas satisfacción necesidades segmento 2

Segmento 2				
Gestión tradicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 133*Programas satisfacción necesidades segmento 3*

Segmento 3				
Gestión tradicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	83,3	83,3	83,3
No	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

**Figura 60.** Programas satisfacción necesidades segmento 3**Tabla 134***Programas satisfacción necesidades segmento 4*

Segmento 4				
Gestión tradicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	8	88,9	88,9	88,9
No	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

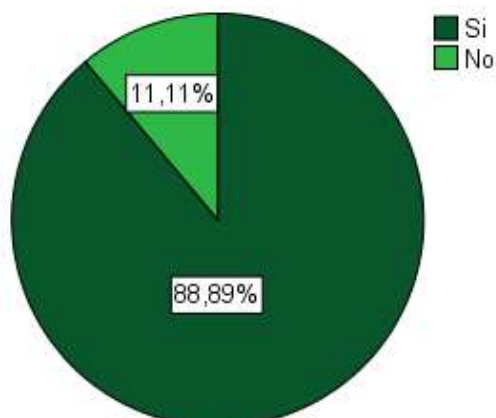
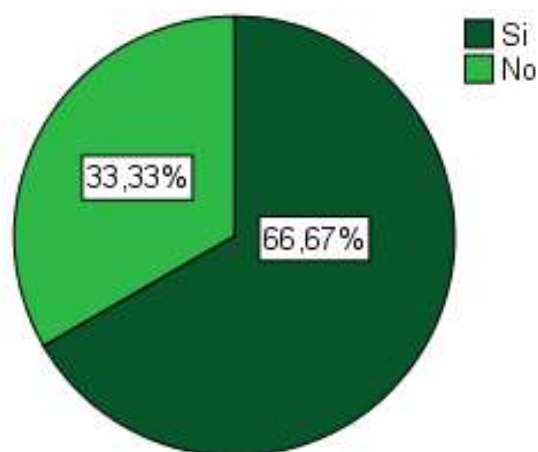
**Figura 61.** Programas satisfacción necesidades segmento 4

Tabla 135*Programas satisfacción necesidades segmento 5*

Segmento 5				
Gestión tradicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	66,7	66,7	66,7
No	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 62.** Programas satisfacción necesidades segmento 5**Tabla 136***Programas satisfacción necesidades otros servicios*

Otros servicios				
Gestión tradicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	100,0	100,0	100,0

La mayor parte de los gerentes encuestados indican que si cambiarían su gestión tradicional de realizar negocios por una gestión digital ya que es la nueva tendencia del mercado, les permitiría ahorrar tiempo siendo una gestión más rápida y ahorrarían recursos, el segmento 5 es que con mayor porcentaje dice no ya que necesita una interacción directa con los clientes para satisfacer sus necesidades.

21. ¿Qué recursos se ahorran al utilizar internet para realizar negocios?

Ahorro recursos financieros

Tabla 137

Ahorro de recursos financieros segmento 1

Segmento 1				
Financieros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Necesario	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 138

Ahorro de recursos financieros segmento 2

Segmento 2				
Financieros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente necesario	1	100.0	100.0	100.0

Tabla 139

Ahorro de recursos financieros segmento 3

Segmento 3				
Financieros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	2	33,3	33,3	33,3
Necesario	4	66,7	66,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

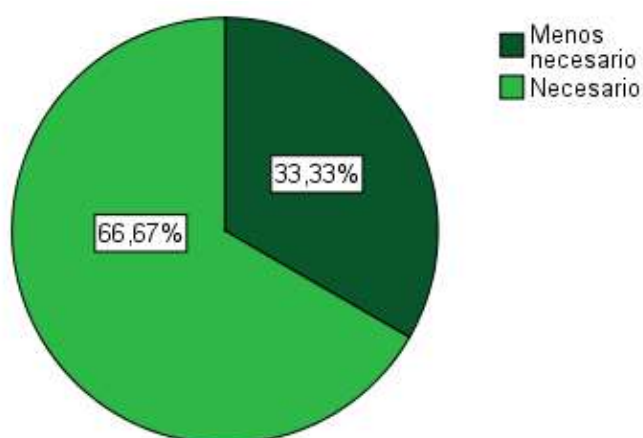
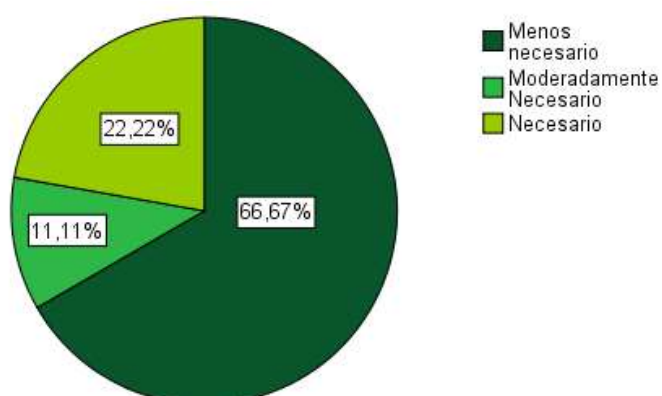


Figura 63. Ahorro de recursos financieros segmento 3

Tabla 140*Ahorro de recursos financieros segmento 4*

Segmento 4				
Financieros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	6	66,7	66,7	66,7
Moderadamente Necesario	1	11,1	11,1	77,8
Necesario	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 64.** Ahorro de recursos financieros segmento 4**Tabla 141***Ahorro de recursos financieros segmento 5*

Segmento 5				
Financieros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	8	88,9	88,9	88,9
Moderadamente Necesario	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

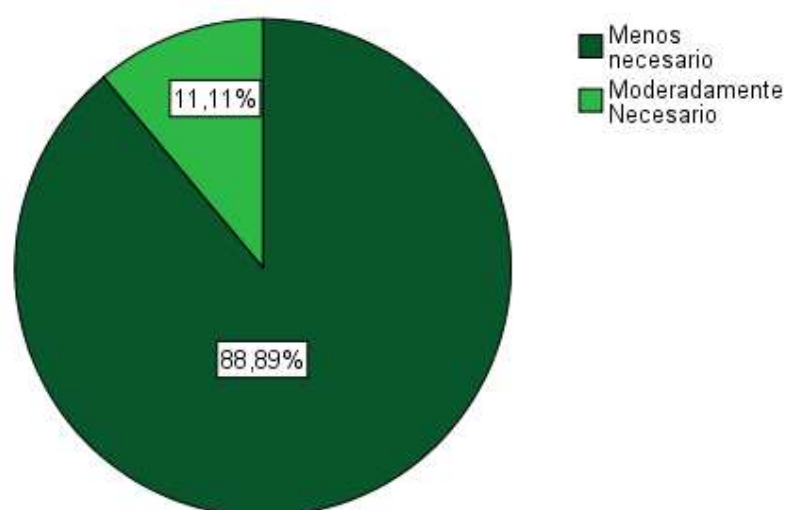


Figura 65. Ahorro de recursos financieros segmento 5

Tabla 142

Ahorro de recursos financieros otros servicios

Otros servicios				
Financieros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	1	33,3	33,3	33,3
Moderadamente Necesario	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

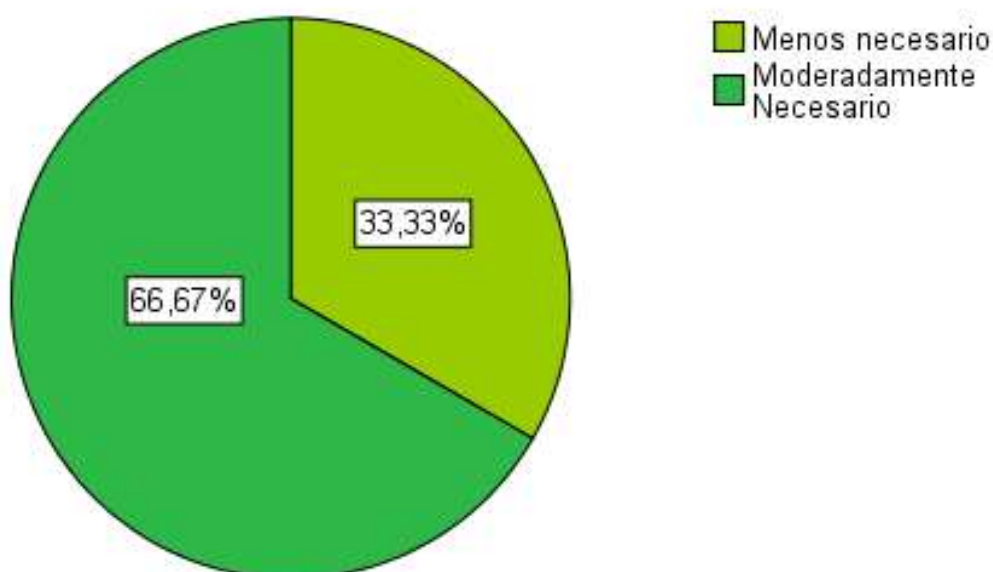


Figura 66. Ahorro de recursos financieros otros servicios

Ahorro de recursos humanos**Tabla 143***Ahorro de recursos humanos segmento 1*

Segmento 1				
Humanos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente Necesario	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 144*Ahorro de recursos humanos segmento 2*

Segmento 2				
Humanos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 145*Ahorro de recursos humanos segmento 3*

Segmento 3				
Humanos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	2	33,3	33,3	33,3
Moderadamente Necesario	4	66,7	66,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

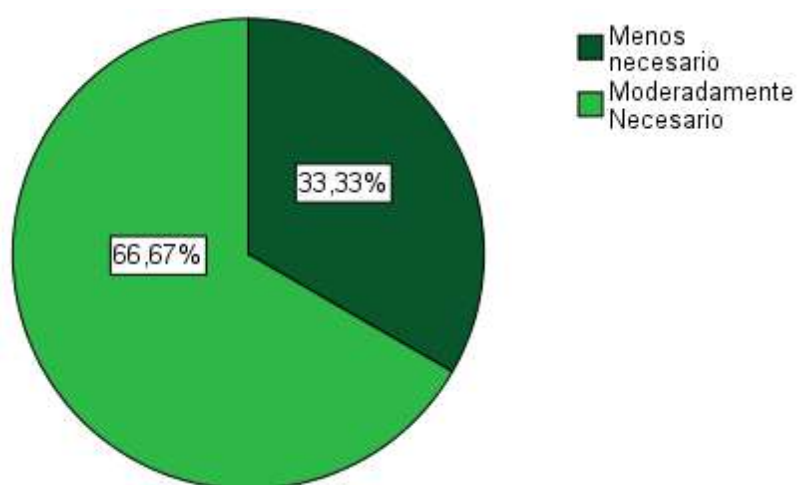
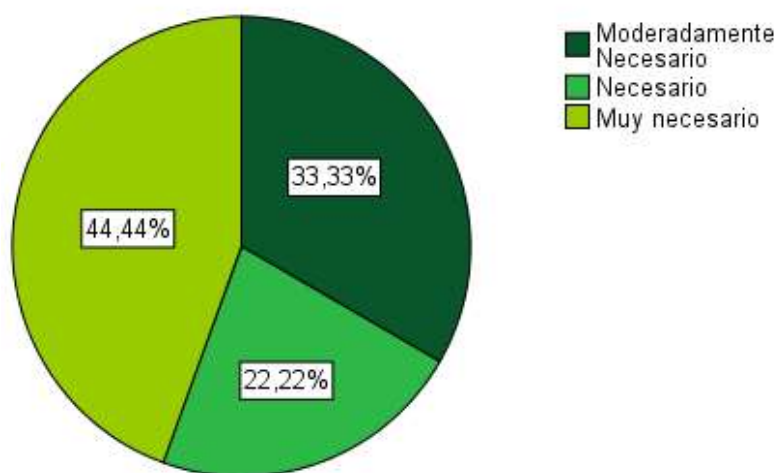
**Figura 67.** Ahorro de recursos humanos segmento 3

Tabla 146*Ahorro de recursos humanos segmento 4*

Segmento 4				
Humanos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente Necesario	3	33,3	33,3	33,3
Necesario	2	22,2	22,2	55,6
Muy necesario	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 68.** Ahorro de recursos humanos segmento 4**Tabla 147***Ahorro de recursos humanos segmento 5*

Segmento 5				
Humanos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente Necesario	5	55,6	55,6	55,6
Necesario	3	33,3	33,3	88,9
Muy necesario	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

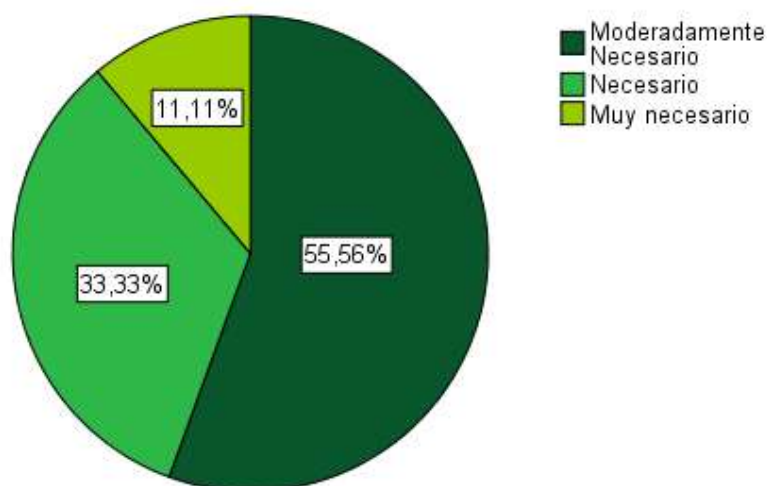


Figura 69. Ahorro de recursos humanos segmento 5

Tabla 148

Ahorro de recursos humanos otros servicios

Otros servicios				
Humanos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	2	66,7	66,7	66,7
Moderadamente Necesario	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

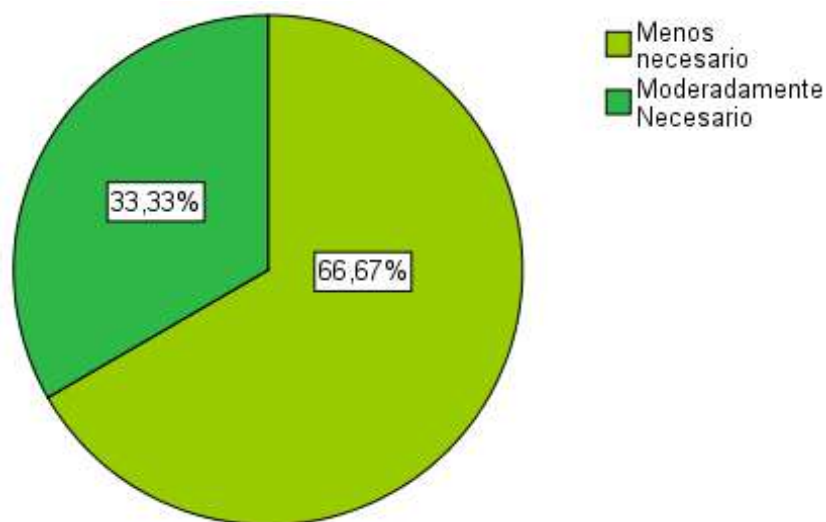


Figura 70. Ahorro de recursos humanos otros servicios

Ahorro recursos Materiales

Tabla 149

Ahorro de recursos materiales segmento 1

Segmento 1				
Materiales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 150

Ahorro de recursos materiales segmento 2

Segmento 2				
Materiales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Necesario	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 151

Ahorro de recursos materiales segmento 3

Segmento 3				
Materiales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	2	33,3	33,3	33,3
Moderadamente Necesario	2	33,3	33,3	66,7
Necesario	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

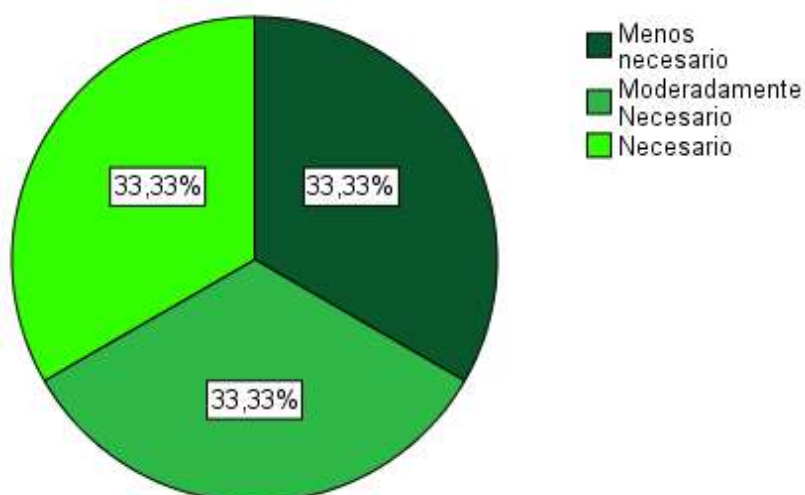
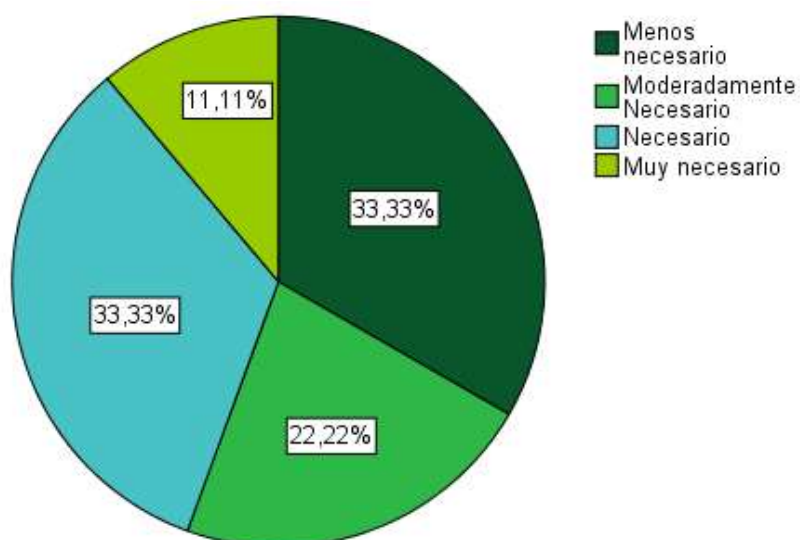


Figura 71. Ahorro de recursos materiales segmento 3

Tabla 152*Ahorro de recursos materiales segmento 4*

Segmento 4				
Materiales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	3	33,3	33,3	33,3
Moderadamente Necesario	2	22,2	22,2	55,6
Necesario	3	33,3	33,3	88,9
Muy necesario	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 72.** Ahorro de recursos materiales segmento 4**Tabla 153***Ahorro de recursos materiales segmento 5*

Segmento 5				
Materiales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente Necesario	1	11,1	11,1	11,1
Necesario	4	44,4	44,4	55,6
Muy necesario	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

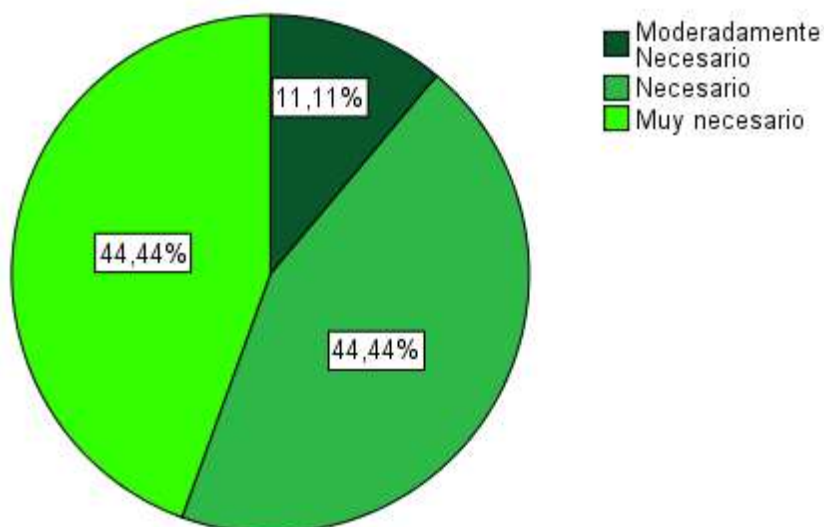


Figura 73. Ahorro de recursos materiales segmento 5

Tabla 154

Ahorro de recursos materiales otros servicios

Otros servicios				
Materiales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Necesario	1	33,3	33,3	33,3
Muy necesario	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

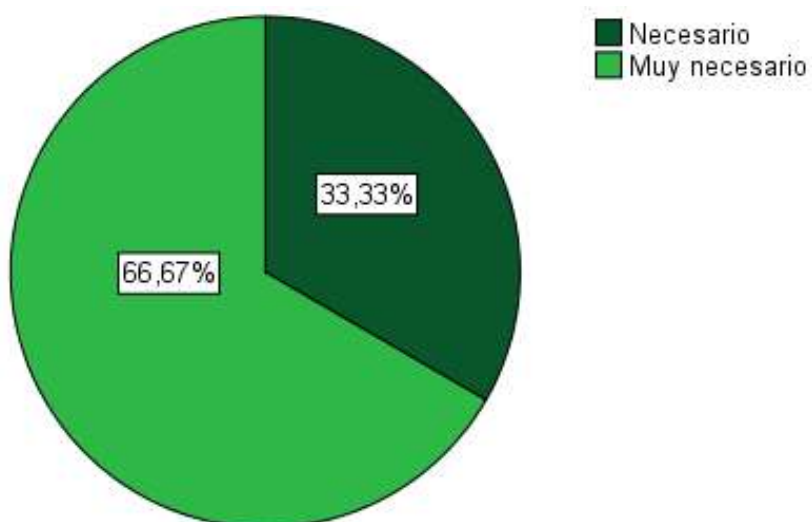


Figura 74. Ahorro de recursos materiales otros segmentos

Ahorro de recursos tecnológicos**Tabla 155***Ahorro de recursos tecnológicos segmento 1*

Segmento 1				
Tecnológicos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Necesario	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 156*Ahorro de recursos tecnológicos segmento 2*

Segmento 2				
Tecnológicos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Necesario	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 157*Ahorro de recursos tecnológicos segmento 3*

Segmento 3				
Tecnológicos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Necesario	6	100,0	100,0	100,0

Tabla 158*Ahorro de recursos tecnológicos segmento 4*

Segmento 4				
Tecnológicos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente Necesario	3	33,3	33,3	33,3
Necesario	2	22,2	22,2	55,6
Muy necesario	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

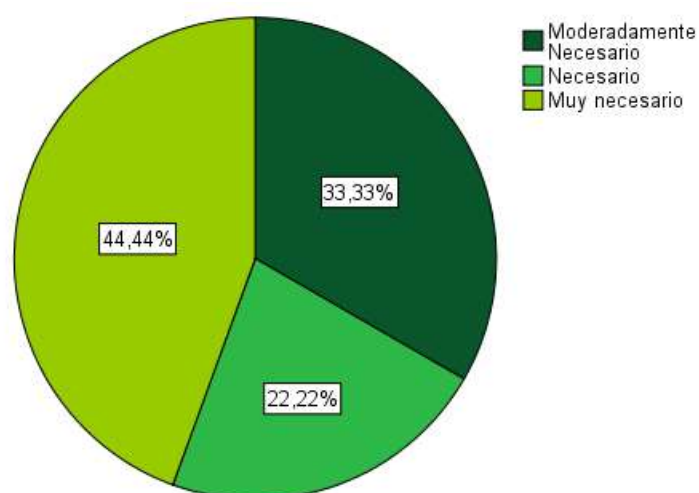


Figura 75. Ahorro de recursos tecnológicos segmento 4

Tabla 159

Ahorro de recursos tecnológicos segmento 5

Segmento 5				
Tecnológicos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos necesario	1	11,1	11,1	11,1
Moderadamente Necesario	2	22,2	22,2	33,3
Necesario	2	22,2	22,2	55,6
Muy necesario	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

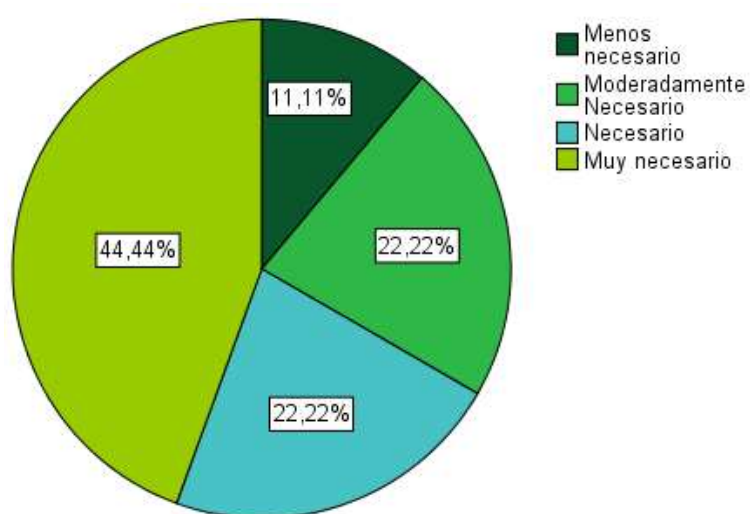
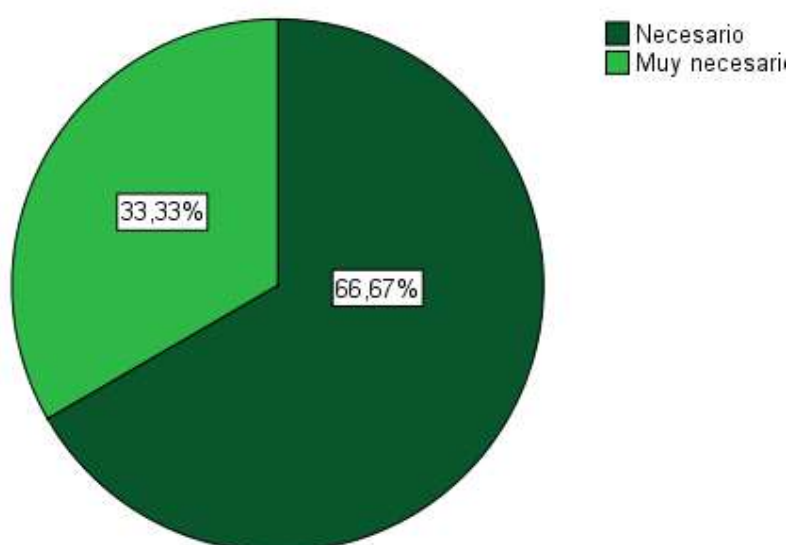


Figura 76. Ahorro de recursos tecnológicos segmento 5

Tabla 160*Ahorro de recursos tecnológicos otros servicios*

Otros servicios				
Tecnológicos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Necesario	2	66,7	66,7	66,7
Muy necesario	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

**Figura 77.** Ahorro de recursos tecnológicos otros servicios

En las empresas encuestadas al utilizar digitalización en los negocios uno de los recursos menos necesarios son los financieros ya que permitirá disminuir la cantidad de dinero en varias transacciones de negociación, en segundo lugar como moderadamente importante se encuentra los recursos humanos que al utilizar esta manera de negociar se requeriría de menos personal para algunas tareas, en tercer lugar como necesario son los recursos materiales que aunque se utilice digitalización en las transacciones actualmente se necesitara en físico como evidencia de lo que en línea se realice, en último lugar como muy necesario están los recursos tecnológicos que sirven en todas las transacciones de negocios digitales.

22. ¿Qué porcentaje de sus transacciones son realizadas en línea?

Captación o compras

Tabla 161

Transacciones en línea captación segmento 1

Segmento 1				
Captación o compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 162

Transacciones en línea captación segmento 2

Segmento 2				
Captación o compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 163

Transacciones en línea captación segmento 3

Segmento 3				
Captación o compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	1	16,7	16,7	16,7
25%	1	16,7	16,7	33,3
50%	2	33,3	33,3	66,7
75%	1	16,7	16,7	83,3
100%	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

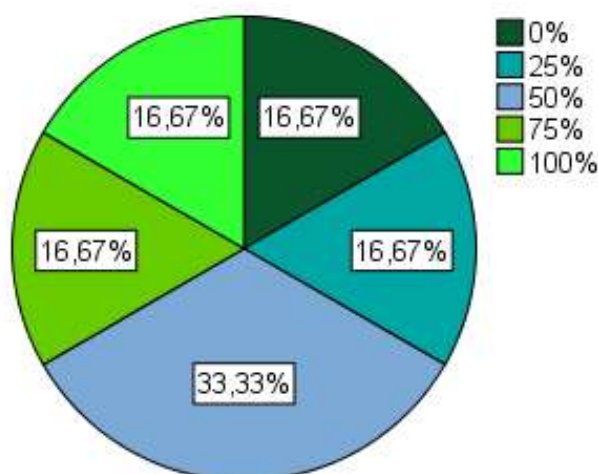
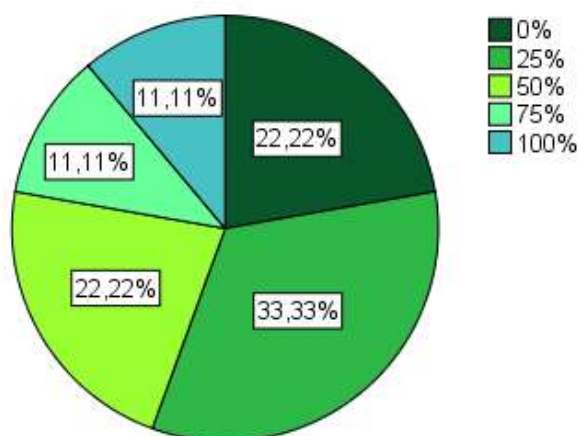


Figura 78. Transacciones en línea captación segmento 3

Tabla 164*Transacciones en línea captación segmento 4*

Segmento 4				
Captación o compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	2	22,2	22,2	22,2
25%	3	33,3	33,3	55,6
50%	2	22,2	22,2	77,8
75%	1	11,1	11,1	88,9
100%	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 79.** Transacciones en línea captación segmento 4**Tabla 165***Transacciones en línea captación segmento 5*

Segmento 5				
Captación o compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	3	33,3	33,3	33,3
25%	1	11,1	11,1	44,4
50%	4	44,4	44,4	88,9
75%	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

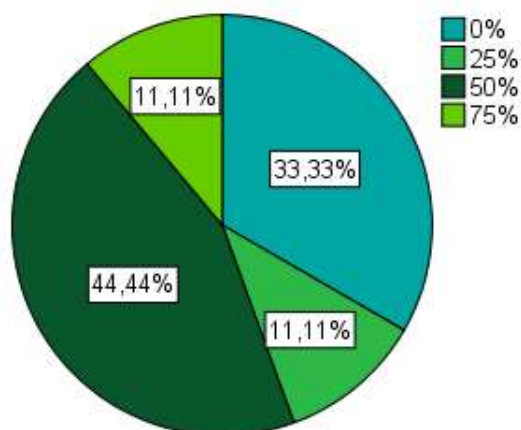


Figura 80. Transacciones en línea captación segmento 5

Tabla 166

Transacciones en línea compras otros servicios

Otros servicios				
Captación o compras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	2	66,7	66,7	66,7
75%	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

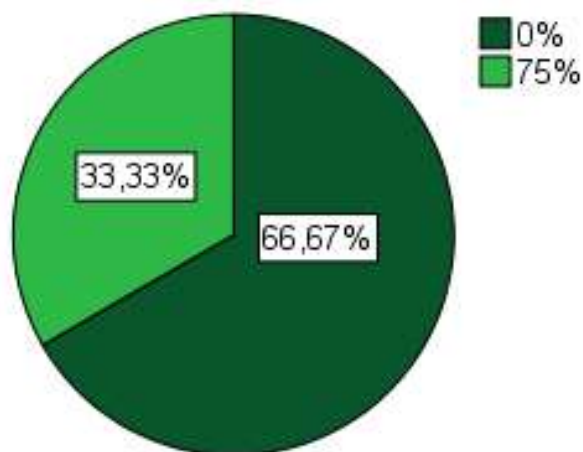


Figura 81. Transacciones en línea compras otros servicios

Las empresas del sector servicios indican en un mayor porcentaje realizan captaciones o compras en línea en un 50% del total de sus transacciones, esto se debe a la existencia de la necesidad de la presencia física para realizar sus transacciones. Estas empresas pueden dar un criterio sobre los recursos que se ahorrarían al utilizar la digitalización en los negocios.

Colocación

Tabla 167

Transacciones en línea colocación segmento 1

Segmento 1				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
25%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 168

Transacciones en línea colocación segmento 2

Segmento 2				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 169

Transacciones en línea colocación segmento 3

Segmento 3				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
25%	2	33,3	33,3	33,3
50%	1	16,7	16,7	50,0
75%	1	16,7	16,7	66,7
100%	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

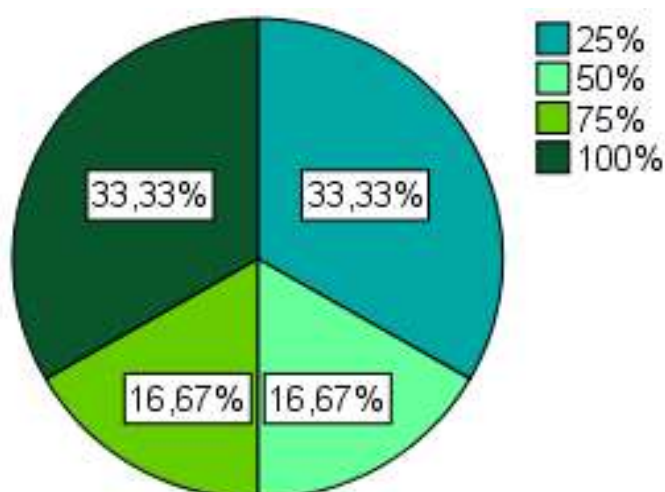
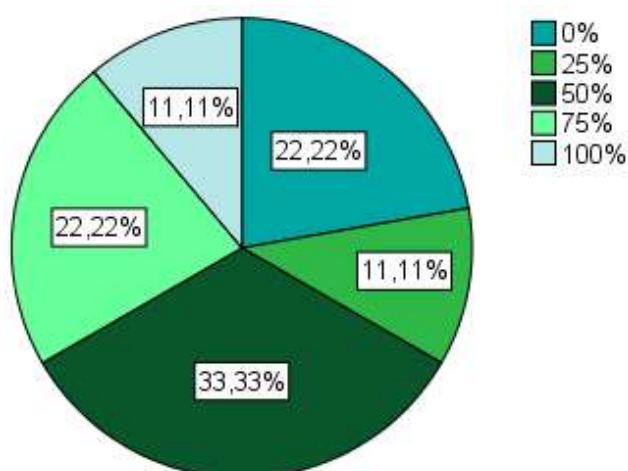


Figura 82. Transacciones en línea colocación segmento 3

Tabla 170*Transacciones en línea colocación segmento 4*

Segmento 4				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	2	22,2	22,2	22,2
25%	1	11,1	11,1	33,3
50%	3	33,3	33,3	66,7
75%	2	22,2	22,2	88,9
100%	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

**Figura 83.** Transacciones en línea colocación segmento 4**Tabla 171***Transacciones en línea colocación segmento 5*

Segmento 5				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	5	55,6	55,6	55,6
25%	1	11,1	11,1	66,7
50%	1	11,1	11,1	77,8
75%	1	11,1	11,1	88,9
100%	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

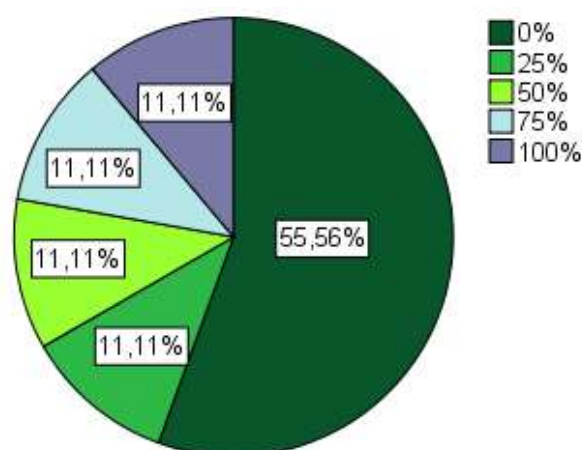


Figura 84. Transacciones en línea colocación segmento 5

Tabla 172

Transacciones en línea ventas otros servicios

Otros servicios				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0%	1	33,3	33,3	33,3
25%	1	33,3	33,3	66,7
75%	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

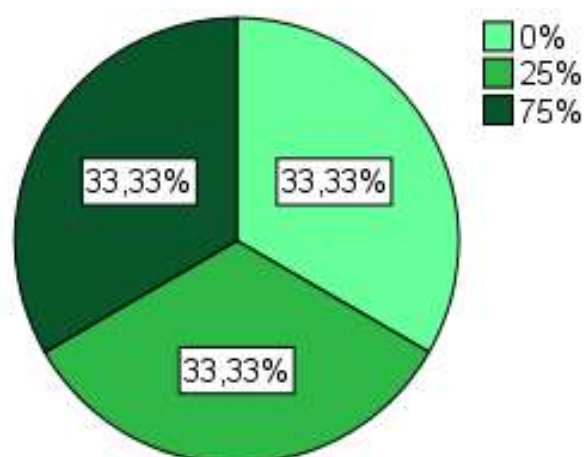


Figura 85. Transacciones en línea ventas otros servicios

Del segmento 3 al 5 y otros servicios en un bajo porcentaje indica que no realiza colocaciones o ventas en línea, el porcentaje restante indica que si ejecuta transacciones en un 25% y 50% cada una del total de sus actividades, al igual que en las captaciones aun es indispensable que el cliente se encuentre presente para realizar estas transacciones.

Seis empresas del sector servicios indican que ninguna de sus transacciones son realizadas en línea.

23. ¿Según sea beneficio o perjuicio la utilización de la digitalización en el negocios generaría un impacto en?

Tabla 173

Economía Beneficio segmento 1

Segmento 1				
Economía Beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 174

Economía Beneficio segmento 2

Segmento 2				
Economía Beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 175

Economía Beneficio segmento 3

Segmento 3				
Economía Beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
75%	3	50,0	50,0	50,0
50%	2	33,3	33,3	83,3
25%	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

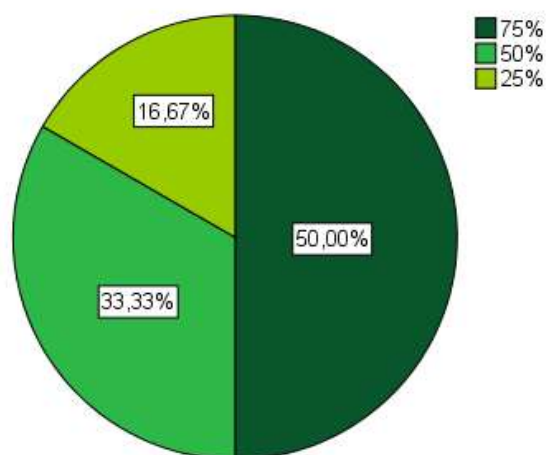
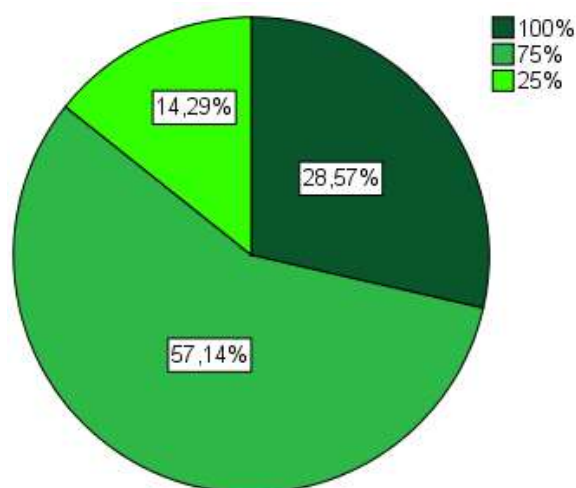


Figura 86. Economía Beneficio segmento 3

Tabla 176*Economía Beneficio segmento 4*

Segmento 4					
Economía Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	2	22,2	28,6	28,6
	75%	4	44,4	57,1	85,7
	25%	1	11,1	14,3	100,0
	Total	7	77,8	100,0	
Perdidos sistema		2	22,2		
Total		9	100,0		

**Figura 87.** Economía Beneficio segmento 4**Tabla 177***Economía Beneficio segmento 5*

Segmento 5					
Economía Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	3	33,3	50,0	50,0
	75%	1	11,1	16,7	66,7
	50%	1	11,1	16,7	83,3
	25%	1	11,1	16,7	100,0
Total		6	66,7	100,0	
Perdidos sistema		3	33,3		
Total		9	100,0		

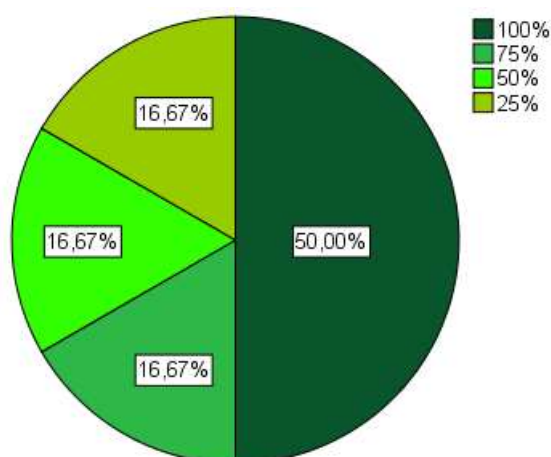


Figura 88. Economía Beneficio segmento 5

Tabla 178

Economía Beneficio otros servicios

Otros servicios					
Economía Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	75%	1	33,3	50,0	50,0
	50%	1	33,3	50,0	100,0
	Total	2	66,7	100,0	
Perdidos sistema		1	33,3		
Total		3	100,0		

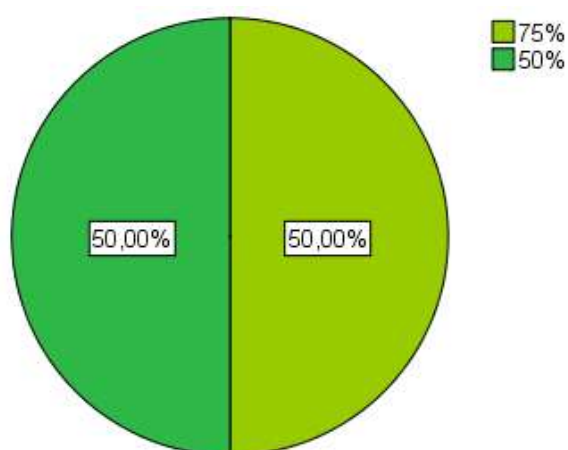


Figura 89. Economía Beneficio otros servicios

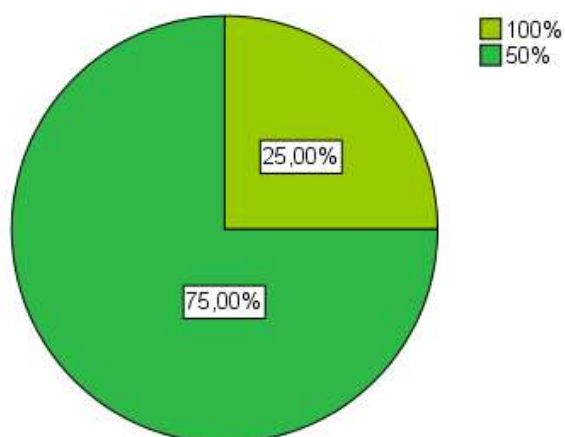
De las 23 empresas que utilizan digitalización en sus negocios todos indican que generaría un impacto positivo a la economía mayor a un 50% de sus transacciones permitiendo el ahorro de recursos en diferentes actividades de la empresa, ninguna empresa considero que se generaría un perjuicio al utilizar la digitalización.

Tabla 179*Empleo Beneficio segmento 1*

Segmento 1				
Empleo Beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
25%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 180*Empleo Beneficio segmento 3*

Segmento 3				
Empleo Beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	1	16,7	25,0
	50%	3	50,0	75,0
	Total	4	66,7	100,0
Perdidos sistema	2	33,3		
Total	6	100,0		

**Figura 90.** Empleo Beneficio segmento 3**Tabla 181***Empleo Beneficio segmento 4*

Segmento 4				
Empleo Beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	2	22,2	33,3
	75%	4	44,4	66,7
	Total	6	66,7	100,0
Perdidos sistema	3	33,3		
Total	9	100,0		

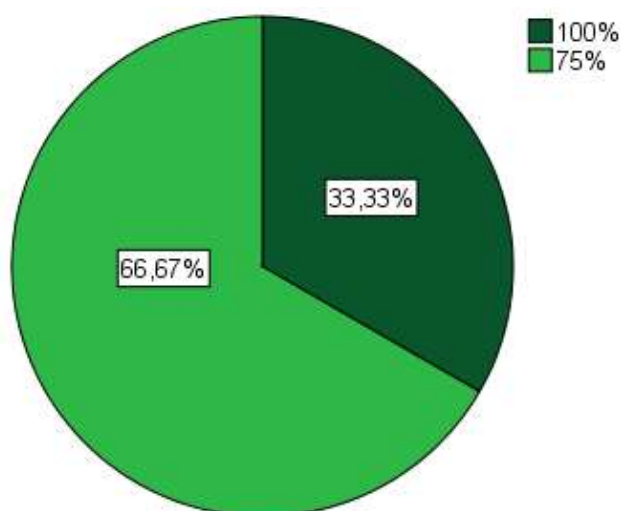


Figura 91. Empleo Beneficio segmento 4

Tabla 182

Empleo Beneficio segmento 5

Segmento 5					
Empleo Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	75%	2	22,2	50,0	50,0
	50%	1	11,1	25,0	75,0
	25%	1	11,1	25,0	100,0
	Total	4	44,4	100,0	
Sistema		5	55,6		
Total		9	100,0		

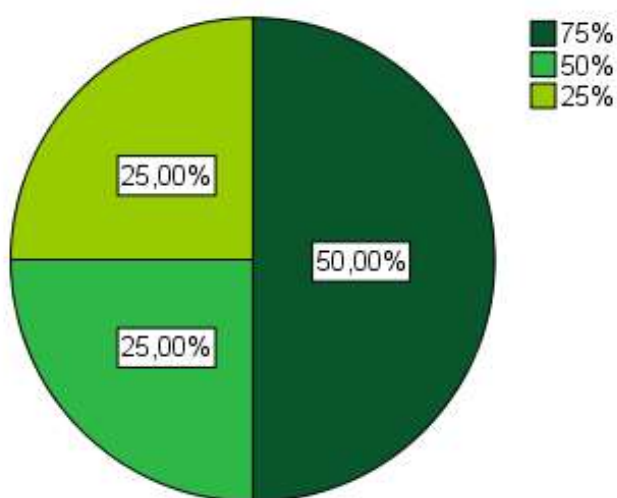


Figura 92. Empleo Beneficio segmento 5

Tabla 183*Empleo Beneficio otros servicios*

Otros servicios					
Empleo Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	75%	2	66,7	100,0	100,0
Perdidos Sistema		1	33,3		
Total		3	100,0		

Tabla 184*Empleo Perjuicio segmento 2*

Segmento 2					
Empleo Perjuicio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	75%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 185*Empleo Perjuicio segmento 3*

Segmento 3					
Empleo Perjuicio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	50%	1	16,7	50,0	50,0
	25%	1	16,7	50,0	100,0
	Total	2	33,3	100,0	
Perdidos Sistema		4	66,7		
Total		6	100,0		

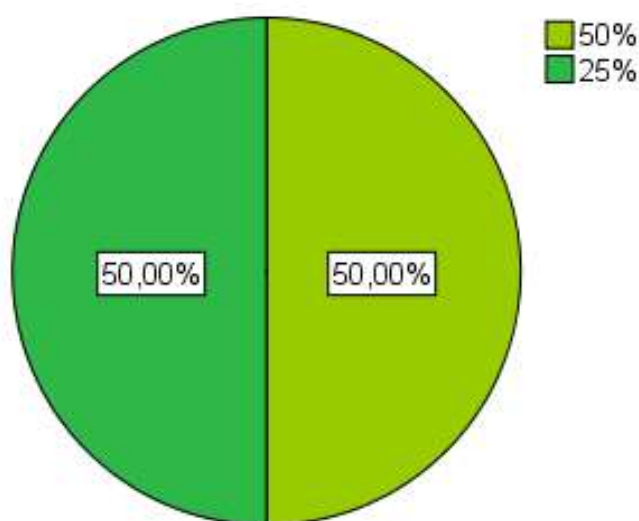
**Figura 93.** Empleo Perjuicio segmento 3

Tabla 186*Empleo Perjuicio segmento 4*

Segmento 4					
Empleo Perjuicio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	50%	1	11,1	100,0	100,0
Perdidos Sistema		8	66,7	88,9	
Total		9	100,0	100,0	

Tabla 187*Empleo Perjuicio segmento 5*

Segmento 5					
Empleo Perjuicio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	75%	1	11,1	50,0	50,0
	50%	1	11,1	50,0	100,0
Total		2	22,2	100,0	
Perdidos Sistema		7	77,8		
Total		9	100,0		

De las 23 empresas que aplican digitalización en los negocios 17 de ellas indican que existiría un beneficio en el empleo en todos los segmentos y otros servicios evidenciando que una parte importante de los encuestados considera que beneficiaría solo en un pequeño porcentaje, implicando la intervención en diferentes ámbitos de los empleados para realizar sus actividades diarias, permitiéndoles ejecutarlas con mayor facilidad y rapidez, no todas las actividades pueden ser digitalizadas para el talento humano ya que su presencia es necesaria en realizar negocios en el sector servicios y 6 empresas de ellas mencionaron que existiría un perjuicio al empleo ya que digitalizando las actividades se tendría que prescindir de algunos empleados.

Tabla 188*Medio Ambiente beneficio segmento 1*

Segmento 1				
Medio ambiente beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
75%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 189*Medio Ambiente beneficio segmento 2*

Segmento 2				
Medio ambiente beneficio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	100,0	100,0	100,0

Tabla 190*Medio Ambiente beneficio segmento 3*

Segmento 3				
Colocación o ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100%	1	16,7	16,7	16,7
75%	1	16,7	16,7	33,3
50%	2	33,3	33,3	66,7
25%	2	33,3	33,3	100,0
Total	6	100,0	100,0	

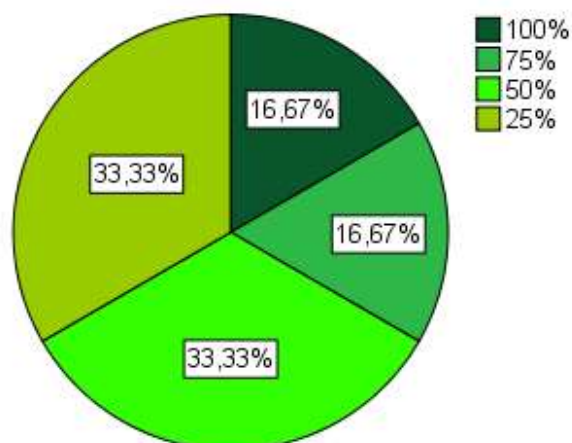
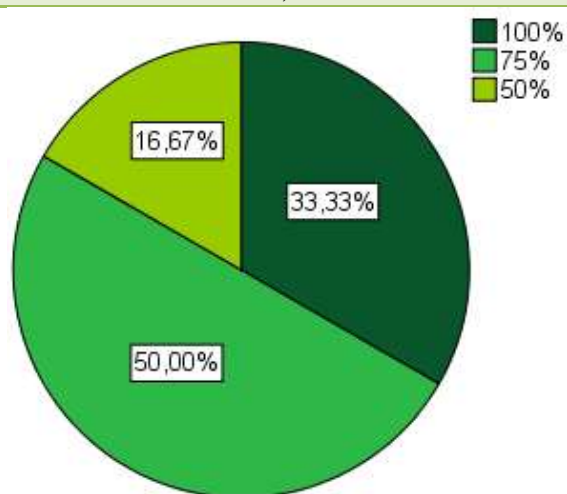
**Figura 94.** Medio Ambiente beneficio segmento 3

Tabla 191*Medio Ambiente beneficio segmento 4*

Segmento 4					
Economía Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	2	22,2	33,3	33,3
	75%	3	33,3	50,0	83,3
	50%	1	11,1	16,7	100,0
	Total	6	66,7	100,0	
Perdidos sistema		3	33,3		
Total		9	100,0		

**Figura 95.** Medio Ambiente beneficio segmento 4**Tabla 192***Medio Ambiente beneficio segmento 5*

Segmento 5					
Economía Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	1	11,1	16,7	16,7
	75%	1	11,1	16,7	33,3
	50%	2	22,2	33,3	66,7
	25%	2	22,2	33,3	100,0
Total		6	66,7	100,0	
Perdidos sistema		3	33,3		
Total		9	100,0		

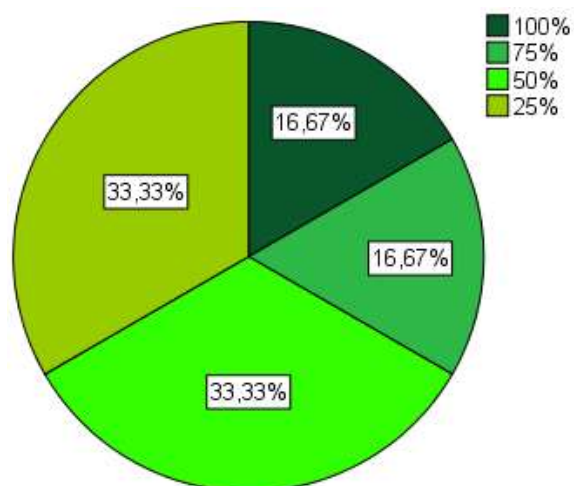


Figura 96. Medio Ambiente beneficio segmento 5

Tabla 193

Medio Ambiente beneficio otros servicios

Otros servicios					
Economía Beneficio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100%	1	33,3	50,0	50,0
	50%	1	33,3	50,0	100,0
	Total	2	66,7	100,0	
Perdidos sistema		1	1	33,3	
Total		3	3	100,0	

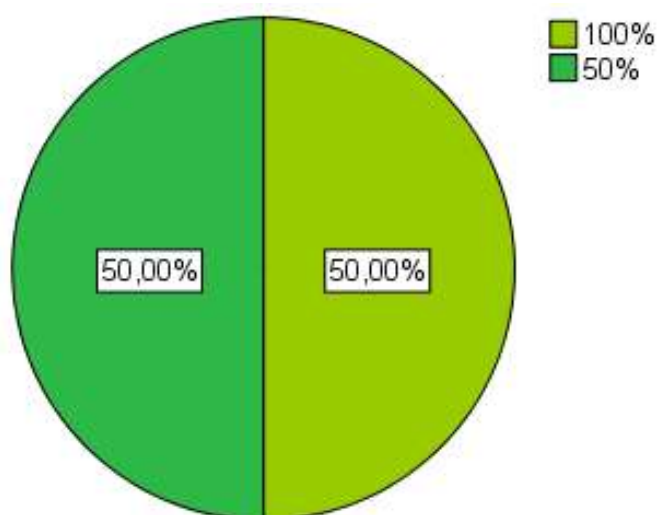


Figura 97. Medio Ambiente beneficio otros servicios

Tabla 194*Medio Ambiente perjuicio segmento 4*

Segmento 4					
Economía Perjuicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido 50%	1	11,1	100,0	100,0	
Perdidos sistema	8	88,9			
Total	9	100,0			

De las 23 empresas 22 de ellas mencionaron que generaría un beneficio al medio ambiente ya que ahorrarían diversos recursos derivados de la madera, un porcentaje mayor indica un beneficio del 75% de impacto ambiental. Solo una empresa del segmento 4 considero que existiría un perjuicio al medio ambiente del 50% ya que al utilizar digitalización en los negocios requeriría de una mayor cantidad de energía eléctrica y el inadecuado desecho de basura tecnológica generando perjuicios para la sociedad.

Tabla 195*Tabla cruzada entre presupuesto y segmento*

Tabla cruzada							
Recuento		¿Presupuesto anual asignado para la capacitación del personal?					Total
		100-1000	1001-3000	3001-6000	6001-9000	9001 o más	
Segmento al que la empresa pertenece	Segmento1	0	0	0	0	1	1
	Segmento2	0	0	0	0	1	1
	Segmento3	1	1	1	0	3	6
	Segmento4	5	4	0	0	0	9
	Segmento5	6	2	0	1	0	9
	Otros servicios	3	0	0	0	0	3
Total		15	7	1	1	5	29

Tabla 196*Tabla cruzada entre presupuesto y número de trabajadores*

Tabla cruzada							
Recuento		¿Presupuesto anual asignado para la capacitación del personal?					Total
		100-1000	1001-3000	3001-6000	6001-9000	9001 o más	
Número de trabajadores de la entidad	1-9	9	3	0	1	0	13
	10-49	5	4	1	0	1	11
	50-99	1	0	0	0	3	4
	100 o más	0	0	0	0	1	1
Total		15	7	1	1	5	29

El segmento que más invierte en capacitaciones para su talento humano es el segmento 3 ya que destina un monto de \$ 9001 o más para las capacitaciones dando un valor de \$180,00 dólares por persona, los segmentos del 3 al 4 y otros servicios muestran una asignación de presupuesto mínimo que va de \$ 100 a \$ 1000 para las capacitaciones.

4.2 Comprobación de Hipótesis

4.2.1 Hipótesis

H1: Las competencias digitales del talento humano frente a la nueva realidad tecnológica generan un impacto económico positivo en las empresas del sector servicios.

H0: Las competencias digitales del talento humano frente a la nueva realidad tecnológica no generan un impacto económico positivo en las empresas del sector servicios

4.2.2 Señalamiento de Variables

Variable dependiente (VD): Economía de las empresas

Variable independiente (VI): Competencias digitales del talento humano

4.2.3 Comprobación de la Hipótesis

La comprobación de la hipótesis se realizó mediante la prueba del chi cuadrado, permitiendo ver la relación existente entre las variables que están inmersas en dos preguntas de las encuestas aplicadas a las empresas del sector servicios para aceptar la hipótesis nula o alternativa. Se utiliza un nivel de confianza del 95% y un error del 5%.

Pregunta 11: ¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?

Pregunta 23. ¿Según sea beneficio o perjuicio la utilización de la digitalización en el negocios generaría un impacto en?

Economía**Tabla 197**

Tabla cruzada entre competencias digitales y economía beneficio segmento 3

Segmento 3					
Tabulación cruzada					
Recuento					
		Economía Beneficio			Total
		75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	2	0	0	2
	Buenas	1	0	0	1
	Medias	0	2	0	2
	Bajas	0	0	1	1
Total		3	2	1	6

Tabla 198

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía segmento 3

Segmento 3			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	12,000 ^a	6	,062
Razón de verosimilitud	12,137	6	,059
Asociación lineal por lineal	4,455	1	,035
N de casos válidos	6		

a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 6 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, x^2 igual a 12,5916 siendo este menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 12,000 el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 199

Tabla cruzada entre competencias digitales y economía beneficio segmento 4

Segmento 4					
Tabulación cruzada					
Recuento					
		Economía Beneficio			Total
		75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	1	2	0	3
	Buenas	1	2	1	4
Total		2	4	1	7

Tabla 200

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía beneficio segmento 4

Segmento 4			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	,875 ^a	2	,646
Razón de verosimilitud	1,243	2	,537
Asociación lineal por lineal	,583	1	,445
N de casos válidos	7		
a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,43.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 2 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 5,9915 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 0,875 el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 201

Tabla cruzada entre competencias digitales y economía beneficio segmento 5

Segmento 5						
Tabulación cruzada						
Recuento						
		Economía Beneficio				Total
		100%	75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	2	1	0	0	3
	Buenas	0	0	1	1	2
	Medias	1	0	0	0	1
Total		3	1	1	1	6

Tabla 202

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía beneficio segmento 5

Segmento 5			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	6,667 ^a	6	,353
Razón de verosimilitud	8,318	6	,216
Asociación lineal por lineal	,188	1	,665
N de casos válidos	6		
a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 6 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, x^2 igual a 12,5916 siendo este menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 6,667 el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 203

Tablas cruzadas entre competencias digitales y economía beneficio recopilado

Tabulación cruzada						
Recuento		Economía Beneficio				Total
		100%	75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	4	6	0	0	10
	Buenas	1	3	3	2	9
	Medias	1	0	2	0	3
	Bajas	0	0	0	1	1
Total		6	9	5	3	23

Tabla 204

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y economía beneficio recopilado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	18,400 ^a	9	,031
Razón de verosimilitud	19,622	9	,020
Asociación lineal por lineal	6,419	1	,011
N de casos válidos	23		
a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 9 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 16,9190 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 18,400 el mismo que es mayor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Tabla 205

Tabla cruzada entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 3

Segmento 3				
Tabulación cruzada				
Recuento				
		Empleo Beneficio		Total
		100%	50%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Buenas	1	0	1
	Medias	0	2	2
	Bajas	0	1	1
Total		1	3	4

Tabla 206

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 3

Segmento 3			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	4,000 ^a	2	,135
Razón de verosimilitud	4,499	2	,105
Asociación lineal por lineal	2,000	1	,157
N de casos válidos	4		
a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 2 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 5,9915 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 4,000 el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 207

Tablas cruzadas entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 5

Segmento 5					
Tabulación cruzada					
Recuento		Empleo Beneficio			Total
		75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	1	0	0	1
	Buenas	1	0	1	2
	Medias	0	1	0	1
Total		2	1	1	4

Tabla 208

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y empleo beneficio segmento 5

Segmento 5			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,000 ^a	4	,287
Razón de verosimilitud	5,545	4	,236
Asociación lineal por lineal	,545	1	,460
N de casos válidos	4		
a. 9 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 6 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 9,4877 siendo esta mayor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 5,000 el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 209

Tablas cruzadas entre competencias digitales y empleo beneficio recopilado

Tabla cruzada						
Recuento		Empleo Beneficio				Total
		100%	75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	2	3	0	0	5
	Buenas	1	5	0	2	8
	Medias	0	0	3	0	3
	Bajas	0	0	1	0	1
Total		3	8	4	2	17

Tabla 210

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y empleo beneficio recopilado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	19,957 ^a	9	,018
Razón de verosimilitud	21,469	9	,011
Asociación lineal por lineal	4,829	1	,028
N de casos válidos	17		
a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,18.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 9 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 16,9190 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 19,957^a el mismo que es mayor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Tabla 211

Tablas cruzadas entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 3

Segmento 3						
Tabla cruzada						
Recuento		Medio Ambiente Beneficio				Total
		100%	75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	1	0	0	1	2
	Buenas	0	1	0	0	1
	Medias	0	0	2	0	2
	Bajas	0	0	0	1	1
Total		1	1	2	2	6

Tabla 212

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 3

Segmento 3			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	13,500 ^a	9	,141
Razón de verosimilitud	13,183	9	,154
Asociación lineal por lineal	1,109	1	,292
N de casos válidos	6		
a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 9 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 16,9190 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 13,500^a el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 213

Tabla cruzada entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 4

Segmento 4					
Tabulación cruzada					
Recuento					
		Empleo Beneficio			Total
		100%	75%	50%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelentes	2	1	0	3
	Buenas	0	2	1	3
Total		2	3	1	6

Tabla 214

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 4

Segmento 4			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	3,333 ^a	2	,189
Razón de verosimilitud	4,499	2	,105
Asociación lineal por lineal	2,647	1	,104
N de casos válidos	6		
a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,50.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 2 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 5,9915 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 3,333 el mismo que es menor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado la aceptación de la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

Tabla 215

Tablas cruzadas entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 5

Segmento 5						
Tabulación cruzada						
Recuento		Medio Ambiente Beneficio				Total
		100%	75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	1	0	2	0	3
	Buenas	0	0	0	2	2
	Medias	0	1	0	0	1
Total		1	1	2	2	6

Tabla 216

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio segmento 5

Segmento 5			
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	12,000 ^a	6	,062
Razón de verosimilitud	12,137	6	,059
Asociación lineal por lineal	,098	1	,755
N de casos válidos	6		

a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 6 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 9,4877 siendo esta mayor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 12,000 el mismo que es mayor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Tabla 217

Tablas cruzadas entre competencias digitales y medio ambiente beneficio recopilado

Tabulación cruzada						
Recuento		Medio Ambiente Beneficio				Total
		100%	75%	50%	25%	
¿Considera que las habilidades del talento humano para gestionar negocios con la ayuda de la tecnología son?	Excelente	6	1	2	1	10
	Buenas	0	4	2	2	8
	Medias	0	1	2	0	3
	Bajas	0	0	0	1	1
Total		6	6	6	4	22

Tabla 218

Pruebas de chi-cuadrado entre competencias digitales y medio ambiente beneficio recopilado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	17,111 ^a	9	,047
Razón de verosimilitud	18,180	9	,033
Asociación lineal por lineal	5,086	1	,024
N de casos válidos	22		
a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,18.			

Resultado

Con un nivel de significancia del 5%, con 9 grados de libertad, con un valor en la tabla distribución del Chi-cuadrado, χ^2 igual a 16,9190 siendo esta menor al valor crítico que se calculó mediante el programa SPSS con el 17,111 el mismo que es mayor al valor crítico de la tabla donde se encuentra la zona de aceptación, esto da como resultado el rechazo de la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

4.2.4 Análisis de los impactos económicos

Con un nivel de probabilidad en confianza del 95% y uno de error del 5%, se determinó que las competencias digitales del talento humano frente a la nueva realidad tecnológica genera un impacto económico positivo en las áreas de economía, empleo y medio ambiente gracias a la tendencia de las empresas en general de innovar en la utilización de tecnología en el sector servicios reguladas por las Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros y Economía Popular y Solidaria.

Teniendo en cuentas que en la provincia de Cotopaxi existen pocas empresas del segmento 1, 2 y otros servicios; al haber obtenido más datos de los segmentos 3, 4 y 5 como pequeñas y medianas empresas los cuales cuentan con diferentes grados de evolución en la forma de llevar sus negocios con la inserción de la tecnología siendo aún necesario lo tangible en varias de sus transacciones, en los cuales al buscar la relación de los datos son muy variados y al analizarlos por segmentos no existe la relación competencias digitales e impacto económico.

CONCLUSIONES

- Las plataformas que aparecen con la era digital están cambiando el rumbo de ser competitivos en el mercado, utilizar tecnología en los negocios es imprescindible para su existencia y las nuevas formas de negocios requieren que las empresas tengan equipos tecnológicos conectados a una red externa y el personal con competencias digitales adecuadas para su manejo. En la investigación se determinó que el 93,10% tienen equipos de cómputo conectados a internet y el 65,52% considera que las competencias de su talento humano es buena en una escala de excelentes a ninguna se encuentran en buenas para el manejo de herramientas electrónicas de comunicación.
- Las competencias digitales está impactando de diferente manera en las empresas, tomando en cuenta las competencias digitales del talento humano sobre tres aspectos económicos como son la economía, el empleo y medio ambiente. En la investigación se determinó, que en economía las empresas indican un beneficio del 100% ya que les permitirá ahorrar recursos monetarios en realizar sus actividades dentro y fuera de la empresa. En empleo el 58,6% considera un beneficio permitiendo realizar sus labores diarias con mayor facilidad y rapidez, también existe quienes lo consideran como un perjuicio del 20,7% ya que tendrían que prescindir de algunos de sus empleados. En medio ambiente el 75,9% lo determinan como beneficioso ya que se evitaría el uso de los materiales de oficina y el 3,4% considera un perjuicio por el inadecuado desecho de la basura tecnológica.
- Considerando la edad promedio de 30 años de la actual fuerza laboral de las empresas se determinó diferentes niveles de competencias digitales en una escala que van desde excelentes a bajas, el 44,83% se encuentra en un nivel bueno, el 37,93% se ubica en un nivel excelente, el 10,34% en un nivel medio y el 6,9% en un nivel bajo.

- En la investigación se determinó que dentro de las empresas de servicios de intermediación financiera reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria el segmento 3 es quien más invierte en capacitaciones para su talento humano con un promedio de \$180,00 dólares por persona.
- Se elaboró una guía que permite a las empresas seleccionar una herramienta de negocios inteligentes según su tamaño, también se recomienda la utilización de una estructura Business to employee (B2E, empresa a empleado) que utiliza medios electrónicos para integrar a todos los empleados de una empresa en un flujo de información efectiva mediante la web, posteriormente se elaboró en Microsoft Excel un test de evaluación de competencias digitales.

RECOMENDACIONES

- Los modelos de negocios en internet han innovado la manera de utilizar los recursos tecnológicos dentro y fuera de la empresa, las mismas que deben adaptarse a estas formas de negocio utilizando plataformas, sitios o páginas web, redes sociales, entre otras maneras de utilizar la tecnología en sus actividades, la propuesta presenta herramientas de inteligencia de negocios de los cuales se puede seleccionar para la aplicación en la empresa, los mismos que analizan una gran cantidad de datos que la entidad genere para la toma de decisiones relacionados con distintas estrategias de crecimiento.
- Las empresas del sector servicios deben aprovechar al máximo de los recursos tecnológicos que en conjunto con un talento humano capacitado puede alcanzar las metas propuestas en mejorar sus procesos y toma de decisiones, la guía presentada contiene una estructura de empresa a empleados (B2E), las mismas que se pueden utilizar para mejorar el flujo de datos dentro de la empresa volviéndolas más eficientes.

- El talento humano debe mejorar sus competencias digitales con una constante formación ya que si es desplazado por la tecnología pueda tener la oportunidad de aprovechar esa tecnología y generar nuevas ideas de negocios. En la presente investigación se elaboró un test de competencias digitales que la persona debe tener ante la era digital, se recomienda su aplicación para detectar en qué punto existen vacíos de competencias y tomar acciones sobre ellos.
- La inversión por parte de la empresa en capacitaciones para su talento humano debe ser de vital importancia ya que tener personal competente ante la tecnología, promoverá que toda adquisición tecnológica ya sea en hardware o software tenga un funcionamiento óptimo en la empresa y no se desperdicien los recursos.
- Se recomienda la difusión de la guía ya que permite seleccionar un software de inteligencia de negocios que analizan grandes cantidades de datos generados por las empresas para la toma de decisiones y el test de evaluación de competencias digitales el cual cuenta con recomendaciones para mejorar sus conocimientos en la era digital.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Datos Informativos

5.1.1 Título

Aplicación de Business Intelligence (inteligencia de negocios) con la utilización de herramientas según el tamaño de la empresa y estructura B2E (business to employee) en las empresas del sector servicios en Cotopaxi.

5.1.2 Entidad Ejecutora

Empresas generadoras de servicios en Cotopaxi, de intermediación financieras como son las Cooperativas de Ahorro y Crédito reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y entidades de actividades de atención de la salud humana y la venta de viajes reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

5.1.3 Beneficiarios

La propuesta beneficia a las empresas que busquen mejorar su ambiente de negocios con la utilización de software e internet.

5.2 Antecedente de la propuesta

Las empresas del sector servicios que forman parte de la investigación, cuentan con los implementos necesarios como son el equipo de cómputo, la red externa de internet y personal con competencias digitales básicas para iniciar el desarrollo de una inteligencia de negocios utilizando una herramienta adecuada para generar competitividad ante otras empresas, la estructura B2E permitirá una comunicación interna entre los empleados y empresa optimizando los recursos de la misma.

La presente investigación teniendo como participantes a las empresas de servicios de los sectores de intermediación financiera, atención a la salud humana y servicios de viajes, determino que existe una incidencia de las competencias del talento humano en los aspectos de economía generando un ahorro de recursos en diferentes operaciones, en el empleo permitiendo desarrollar mejor las actividades diarias del talento humano y medio ambiente optimizando los derivados de la madera, siendo necesario el aprovechamiento de las herramientas digitales existentes en las empresas para satisfacer de manera más rápida las necesidades los empleados y empresa.

También se estableció que la empresa no ha implementado recursos de comunicación mediante internet para la satisfacción de su talento humano en sus actividades diarias de trabajo, no se optimiza recursos que se encuentran disponibles como el uso de celulares inteligentes y la navegación en internet para el acceso a la información.

El desarrollo de inteligencia de negocios y una relación B2E requiere del compromiso de todos los miembros en la entidad, como son los directivos y el talento humano los cuales deben dar uso a todas las herramientas disponibles para llegar a cumplir metas de crecimiento y optimización de recursos.

5.3 Justificación

La era digital está generando cambios en todos los ámbitos de negocios, alrededor del mundo existen empresas que han conquistado el internet acoplándose a esta nueva era donde la tecnología empieza a predominar, las empresas del sector servicios pueden optimizar todos sus recursos tecnológicos para atender a sus clientes y ofertar nuevos servicios en línea.

La presente investigación estableció que existe iniciativa por parte de las empresas para utilizar la digitalización en los negocios, con el tiempo la digitalización en las empresas será un requisito indispensable para sobrevivir en el mercado, el talento humano de las empresas

del sector servicios deben acoplarse a nuevas herramientas tecnológicas que ayuden a procesar datos de la empresa y a mejorar la comunicación interna.

La presente propuesta busca el impulsar a las empresas a que inicien actividades de negocios inteligentes de una manera satisfactoria y que al pasar del tiempo se convierta en una herramienta que le permita crecer. También busca que el talento humano actualmente empleado en las empresas mejore sus competencias digitales utilizando internet mediante herramientas a su alcance en la empresa para que el cambio generado por la era digital no forme deficiencia en las actividades.

5.4 Objetivos de la propuesta

5.4.1 Objetivo General

Recomendar mediante una guía los software de inteligencia de negocios que permita a las empresas del sector servicios seleccionar una herramienta para su aplicación en el análisis de datos e impulsar a los empleados a satisfacer necesidades generadas en sus actividades utilizando la tecnología a su alcance.

5.4.2 Objetivos específicos

- Establecer cómo aplicar la herramienta inteligencia de negocios en las empresas para iniciar con el flujo de información utilizando la tecnología.
- Elaborar un método de aplicación de la estructura B2E en la empresa.
- Diseñar en Microsoft Excel un test que evalué las competencias digitales del talento humano.

5.5 Diseño de la propuesta

a) Prologo

Las empresas de servicios de intermediación financiera de los segmentos uno, dos, tres, cuatro y cinco en conjunto con los otros servicios como los de atención de la salud humana y venta de viajes tienen las mismas posibilidades de aplicar digitalización en sus negocios.

Las principales herramientas tecnológicas para realizar negocios digitales son el equipo de cómputo y la conexión a internet aplicando el modelo de negocios B2E Business to employee o en español de negocio para los empleados.

Mejorar las competencias digitales es responsabilidad de cada persona y las empresas que con una colaboración en conjunto pueden utilizar la tecnología para satisfacer las necesidades de los trabajadores en sus labores.

BUSINESS INTELLIGENCE

Los negocios inteligentes son las nuevas modalidades de apoyo para la toma de decisiones, existe una variedad de software en el mercado para cada tipo de empresa, las mismas que deben ser aplicadas de manera adecuada al negocio para tener los resultados deseados, basándose en datos que la empresa genere en un periodo de tiempo.

Méndez del Rio (2006) indica que:

Es un conjunto de herramientas y aplicaciones que ayudan a la toma de decisiones que posibilitan acceso interactivo, análisis y manipulación de información empresarial de misión crítica. Estas aplicaciones permiten generar un conocimiento sobre la información operativa identificando problemas y oportunidades existentes de negocio. Los usuarios acceden a grandes cantidades de información para establecer y analizar relaciones y comprender tendencias existentes para la toma de decisiones. (p.24)

Tabla 219

Tecnologías que forman parte de Business Intelligence

TECNOLOGÍAS QUE FORMAN PARTE DE BUSINESS INTELLIGENCE	Data warehouse
	Reporting
	Análisis OLAP (On-line Analytical Processing)
	Análisis predictivo
	Cuadro de mando
	Cuadro de mando integral
	Minería de datos
	Gestión de rendimiento
	Revisiones
	Reglas de negocio
	Dashboards
	Integración de datos (incluye ETI; Extract, Transform and load)


Fuente: (Curto, 2010)

Tabla 220

Beneficios de Business Intelligence

Crear un círculo virtuoso de la información (los datos se transforman en información permitiendo conocimiento para tomar decisiones y obtener resultados)

Permite una visión única, conformada, histórica, persistente y de calidad de toda la información recopilada.

CONTINÚA 

Crear, manejar y mantener una métrica, los indicadores clave de las metas propuestas necesaria para la empresa.
Aporta con información actual con niveles de agregado y con detalles.
Reduce las diferencias de orientación de negocios entre los departamentos de TI con la organización
Mejora la comprensión y documentación de los sistemas de información en la organización
Mejora la competitividad de la organización al ser capaces de: <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar lo relevante • Acceso rápido a la información • Agilidad en la toma de decisiones.

Fuente: (Curto, 2010)

RECOMENDACIONES DE HERRAMIENTAS BI PARA LA APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS

Segmento 4, 5 considerados son consideradas empresas pequeñas para las cuales existen herramientas específicas de Business Intelligence

Tabla 221

Microsoft Dynamics 365

Microsoft Dynamics 365
Es una aplicación que ofrece un conjunto de herramientas que combinadas ayudan a impulsar las relaciones con los clientes. Reduce costos y aumenta la productividad automatizando y reorganizando los procesos vitales entre empresa y clientes mediante la interacción de marketing, ventas y servicio al cliente.
Características
<ul style="list-style-type: none"> • Permite centrarse en los potenciales clientes a de manera adecuada. • Mejora la visibilidad del rendimiento de las ventas. • Toma de decisiones basadas en información comercial • Aumenta el compromiso y colaboración en las operaciones estratégicas • Anticipa las necesidades de los clientes • Puede utilizarse en dispositivos móviles
Compatible con Windows
Precio
Tiene un precio desde \$115,00 dólares por mes y por usuario, tiene la opción de incrementar las aplicaciones según el crecimiento y requerimientos de la empresa.

Fuente: Quonex (2018) y Microsoft (2018)

Herramientas de business Intelligence para empresas medianas como el segmento 3

Tabla 222

Oracle

Oracle Business Intelligence
Esta herramienta provee a los usuarios el manejar y tener poder sobre la información, tiene una administración integral de diferentes software con los que cuenta la empresa.
<p>Las fuentes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos • Herramientas analíticas • Visualizaciones <p>Pueden transformarse en fuentes de información a conocimiento y a planes para mejorar las acciones de la empresa.</p>
Características
<ul style="list-style-type: none"> • Genera tableros de control • Consultas puntuales • Alertas e inteligencia proactiva • Reportes financieros y operacionales • Integración de múltiples fuentes de datos
Compatible con Windows
Precio
Tiene un precio desde los 230 dólares por mes y usuario la compra de los servicios, tiene la opción de adecuar nuevos software según los requerimientos de la empresa.

Fuente: Pozo (2017) y Oracle (2018)

Herramientas de business Intelligence para grandes empresas como los segmentos 1 y 2 empresas grandes

Tabla 223

Cognos IBM

Cognos IBM
Tiene amplia trayectoria alrededor del mundo es reconocida por miles de clientes como una solución de inteligencia de negocios para grandes organizaciones,
Tiene la capacidad de minería de datos y análisis predictivo, Cognos tiene la tarea específica de reporting y análisis tradicionales que utilizan una variedad de técnicas de presentación estos incluyen: <ul style="list-style-type: none"> • Cuadros de mando • Gráficos • Tablas • Informes
Características
<ul style="list-style-type: none"> • Orientada para grandes empresas • Tiene una visualización interactiva • Extracción de datos a través de diferentes fuentes como Excel, base de datos, cubos OLAP. • Tiene una interfaz intuitiva simple • Alertas y planificación • Amplio alcance de las fuentes de datos
Precio
Tiene un precio desde \$3900,00 el paquete con tres usuarios, cuenta con la opción de agregar más herramientas según lo que la empresa requiera.

Fuente: (Carrasco & Zambrano, 2015)

Aplicación de Business Intelligence para empresas de atención a la salud humana

Tabla 224

QlikView

QlikView
Este software tiene la posibilidad de crear billones de registros para su análisis mediante ad-hot que tiene una demanda muy fuerte en descargas y actualizaciones de datos.
Tiene tecnología asociativa que consiste en un modelo de datos resistente en memoria, permite analizar los datos a un nivel más detallado.
Características
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad en realizar aplicaciones • Visualización interactiva, flexible, intuitivo y potente • Genera tabla de hechos, dimensiones y datos de medida • Información en tiempo real • Cuenta con una gestión basada en roles
Compatible con Windows
Precio
Tiene un precio total de \$3900,00 por paquete con tres usuarios, cuenta con la opción de agregar más herramientas según los requerimientos de la empresa.


Fuente: (Carrasco & Zambrano, 2015)

Aplicación de Business Intelligence para empresas de agencia de viajes

Tabla 225

Atennea

Atennea
Es un software de gestión diseñado para cubrir las necesidades de una agencia de viajes de forma operativa, integrada con la información contable y financiera. Desarrollada por ERP Microsoft Dynamics y 365 Business Central
Características

CONTINÚA 

- Soporta la gestión de reserva de hotel, los traslados también para los circuitos y excursiones.
- Entrada de reserva mediante la web
- Exportación de contabilidad
- Validación de las facturas
- Gestiona los cobros y pagos de clientes

Compatible con Windows

Precio

Tiene un precio de \$68,00 por usuario y mensual, los módulos adicionales tienen otros valores según lo que requiera la empresa.

Fuente: (Quonext, Quonext, 2018)

ESTRUCTURA B2E (ENTRE EMPRESA Y EMPLEADO)

La implementación de una estructura B2E, ayudan a la mejora de las competencias digitales del talento humano, ya que toda su estructura se basa en desarrollarse en línea, con el apoyo de la empresa, mejorando sus actividades y permitiendo verificar el cumplimiento de sus objetivos con una base de datos legibles y manejables para la empresa.

El mismo sitio web de la empresa puede ser configurado para cumplir diferentes requerimientos de sus empleados mejorando la comunicación interna en la empresa.


Según (Martínez E. , 2003):

Gracias a internet, los procesos de producción han ganado en rapidez, flexibilidad y capacidad de respuesta, pero la revolución digital va más allá, ha incrementado espectacularmente la productividad de los empleados más cualificados. Los mercados y portales B2E empiezan a hacer realidad el viejo sueño de la oficina virtual, donde ya no hay toneladas de papeles, ni formularios extraviados, ni burocracia paralizada porque los documentos clave no aparecen. (p, 7)

Tabla 226

Plataforma B2E

Una plataforma B2E
Es una aplicación intranet específicamente diseñada para que el talento humano pueda distribuir compartir datos, acceder a todo tipo de información del negocio desde cualquier lugar.
Permite reorganizar las relaciones con los trabajadores, optimiza el uso de información con el acceso online, permitiendo: <ul style="list-style-type: none"> • Ahorrar tiempo • Mejorar la satisfacción • Mejorar la productividad
La plataforma le permitirá acceder a todos los elementos que utiliza en sus actividades diarias para un trabajo efectivo y eficaz.
Estas plataformas pueden contener: <ul style="list-style-type: none"> • Instrucciones de la gerencia • Novedades a su actividad laboral • Comunicados de la empresa • Noticias de su sector de trabajo • Mensajes urgentes • Grado de cumplimiento de objetivos en su labor

CONTINÚA 

Ventajas de B2E

- Minimiza los coste y tiempos de actividades
- Formación online
- Mejora el flujo de información interna
- Equipos que colaboran mediante la web
- Mejor integración de nuevo personal
- Servicio intuitivos de gestión de información
- Ayuda con el soporte para la gestión del conocimiento
- Comercio electrónico dentro de la empresa
- Motiva, potencia la implicación del profesional de la empresa fidelizándolo

Con estos detalles la empresa puede aplicar el manejo de este tipo de estructuras para satisfacer las necesidades internas de sus empleados.

Fuente: (Martínez E. , 2003)

Se elaboró en Microsoft Excel un test de evaluación para medir las competencias digitales del talento humano tomando en cuenta cinco aspectos.

1. Información y alfabetización informacional
2. Comunicación y colaboración
3. Creación de contenidos digitales
4. Seguridad
5. Resolución de problemas

Se evalúa en una escala de ninguna a excelente, en las cuales cada aspecto evaluado tiene una recomendación según los resultados obtenidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- eCommerce Institute. (2017). *Ecommerceday*. Recuperado el 2 de Octubre de 2018, de <http://www.ecommerceday.ec/2017/2017/11/09/se-presento-el-primer-estudio-de-comercio-electronico-en-el-pais-durante-el-ecommerce-day-ecuador-2017/>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (10 de Mayo de 2018). *Servicios.seps*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2018, de <https://servicios.seps.gob.ec/gosf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>
- Ander-Egg, E. (2014). *Diccionario de educación*. Argentina: Brujas Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/espesp/detail.action?docID=3227159>.
- Aparicio De Castro, G., González, M., & Zorrilla, P. (2017). *Mercasa*. Recuperado el 16 de Julio de 2018, de http://www.mercasa.es/files/multimedios/1495529527_Transformacion_digital_100px.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional del Ecuador*;. Recuperado el 4 de Mayo de 2018, de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_d_e_bolsillo.pdf
- Barbancho, J., Benjumea, J., Rivera , O., Roperó , J., Sánchez, G., & Sivianes, F. (2014). *Redes locales*. Madrid: Paraninfo Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=0ahUKEwid6LK7iMzbAhVE7FMKHamsDrEQ6AEIWDAJ#v=onepage&q=ip&f=false>.
- Barros, T. (2017). *Bibing.us*. Obtenido de <http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/91146/fichero/La+Industria+4.0+Aplicaciones+e+Implicaciones.pdf>
- Bautista, M., Martínez, A., & Hiracheta, R. (2014). Palermo. *Ciencia y Tecnología*, 183-194. doi:1850-0870
- Brzozowska, A., & Bubel, D. (2015). *ac.els-cdn*. Obtenido de https://ac.els-cdn.com/S1877050915028732/1-s2.0-S1877050915028732-main.pdf?_tid=5685ca57-f662-47de-89f0-4881858a062a&acdnt=1535384172_4bf210a5050a76e3b85fa45be1ae223f
- Carrasco, L., & Zambrano, R. (Diciembre de 2015). *Repositorio.ug*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10727/1/TESIS%20FINAL%2020DIC2015.pdf>
- Castaño, J., & Jurado , S. (2016). *Comercio electrónico* . España: Editex S.A https://books.google.com.ec/books?id=dJ1cDAAAQBAJ&pg=PA38&dq=negocio+digital&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwin89mF5N_ZAhXXKzIMKHUubHda8Q6AEIRjAG#v=onepage&q=negocio%20digital&f=false .
- CEPAL. (Agosto de 2016). *Repositorio Cepal*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2017, de repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/S1600780_es.pdf
- Cervilla, M., & Puente, R. (Junio de 2013). *Redalyc*. Recuperado el 2 de Marzo de 2018, de *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*: <http://www.redalyc.org/pdf/280/28026992009.pdf>

- Chávez, N. (Diciembre de 2012). *Redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/646/64624867007.pdf>
- Crespo, B., Pariente, E., Llorente, M., & Natal, P. (2017). *Divisadero*. Recuperado el 14 de Junio de 2018, de https://www.divisadero.es/wp-content/uploads/Barometro_Divisadero_2017.pdf
- Cuesta, C. (Abril de 2015). *bbvaresearch.com*. Recuperado el 26 de Abril de 2018, de https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2015/05/Situacion_Economia_Digital_1.pdf
- Curto, J. (2010). *Introducción al Business Intelligence*. Barcelona: UOC Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=iU3RAXYQXMkC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- De Pelekais, C., & El Kadi, O. (5 de Diciembre de 2014). *Researchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Omar_El_Kadi/publication/279200731_E_-_COMERCE_E_-_BUSINESS_E_-_LOGISTICS_Y_SU_APLICACION_EN_LA_LOGISTICA_EMPRESARIAL/links/56bbdbbf08ae47fa3956c770/E-COMERCE-E-BUSINESS-E-LOGISTICS-Y-SU-APLICACION-EN-LA-LOGISTICA-EMPR
- Décaro, L., Soriano, M., & Ocaña, R. (29 de Noviembre de 2017). *Edumed.net*. Recuperado el 23 de Abril de 2018, de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/26/modelos-negocios.pdf>
- Di Bella, H. (Diciembre de 2016). *Bibliotecadigital.econ.uba.ar*. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1070_DiBellaHM.pdf
- Díaz, J. (Abril de 2017). *Universidaddelafrontera*. Recuperado el 10 de Febrero de 2018, de http://universidaddelafrontera.emol.com/pdfs_2017/04.pdf
- Domínguez, J. (2014). *Dialnet*. Recuperado el 8 de Febrero de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5561995.pdf>
- eCommerce Institute. (2017). *ecommerceaward*. Obtenido de <https://ecommerceaward.org/america-latina/>
- Erreguerena, M. (Febrero de 2016). *Elcotidianoenlinea*. Recuperado el 3 de Mayo de 2018, de <http://www.elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/19505.pdf>
- Espinoza, F., & Freire, S. (19 de Diciembre de 2017). *Revista.ute*. Obtenido de <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/tsafiqui/article/download/347/341>
- Ester, A., & Manríquez, A. (Noviembre de 2016). *Memoriascimed*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <http://memoriascimed.com/wp-content/uploads/2016/02/Gesti%C3%B3n-del-Talento-Humano-Enfoques-y-modelos.pdf>
- García Mariscal, A. B. (2015). *UF2405 - Modelo de programación web y bases de datos*. España: Elearning S.L. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=Q11WDwAAQBAJ&pg=PA16&dq=pagina+web&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiQwZvPj6TdAhUSslMKHWkkBAcQ6AEIODAD#v=onepage&q=sitio%20web&f=false>.

- García, A., & Muñoz, V. (2016). *Universidad de Salamanca*. Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de <https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/130340/1/Las%20competencias%20digitales%20en%20el%20ambito%20educativo.pdf>
- García, F., & Seoane, A. (2 de Marzo de 2015). *Revistas.usal*. Obtenido de <http://revistas.usal.es/index.php/revistatesi/article/viewFile/eks2015161119144/13004>
- Gómez, M., & Andrino, C. (Enero de 2014). *Reasonwhy*. Obtenido de http://www.reasonwhy.es/sites/default/files/rrhh-para-emprendedores-libro-maria-gomez-centurion-ReasonWhy.es_.pdf
- González, J. (5 de Diciembre de 2017). *racmyp*. Recuperado el 5 de Junio de 2018, de <http://www.racmyp.es/R/racmyp/docs/anales/A95/A95-7.pdf>
- González, R. (28 de Mayo de 2017). *Ufro*. Recuperado el 08 de Marzo de 2018, de http://www.ufro.cl/images/excelencia_sin_fronteras/28-05-2017.pdf
- Hernández, Y., & Galindo, R. (22 de Agosto de 2016). *Políticas.eaemex*. Obtenido de http://www.politicas.uaemex.mx/espaciospublicos/images/stories/fruit/PDF/Rev_47/Espacios_Publicos_47_157-175_Modelo.pdf
- Imperial, I., Mondelli, A., & Rivera, L. (2016). *Assets.kpmg*. Obtenido de <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pa/pdf/delineandoestrategias/DE-El-desafio-de-retener-generaciones.pdf>
- Instituto PMI. (26 de Septiembre de 2018). *revistalideres*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/habilidades-dirigir-proyectos-estrategias-empresas.html>
- Katz, R. (Marzo de 2018). *Repositorio Cepal*. Recuperado el 11 de Junio de 2018, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43529/1/S1800265_es.pdf
- KPMG International Cooperative. (2015). *Assets*. Recuperado el 3 de Mayo de 2018, de <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pa/pdf/delineandoestrategias/DE-guerra-por-el-talento-hora-de-cambiar.pdf>
- Ley Orgánica De Telecomunicaciones. (18 de Febrero de 2015). *Ministerio de Telecomunicaciones*. Recuperado el 4 de Mayo de 2018, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>
- Liberos , E. (2013). *Vender a través de la red; el comercio electrónico*. Madrid: ESIC recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=XjThCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- Liñán, A., Vives, A., Bagula, A., Zennaro, M., & Pietrosemoli, E. (Octubre de 2015). *Wireless.ictp*. Obtenido de <http://wireless.ictp.it/Papers/InternetdelasCosas.pdf>
- ManpowerGroup. (Julio de 2016). *ManpowerGroup*. Obtenido de http://www.manpowergroup.es/data/files/Estudios/pdf/Informe-ManpowerGroup-La-revolucion-de-las-Competencias_636294171524216250.pdf
- Martín, J., & Roldón, L. F. (2015). *Iniciación a la informática con Windows 8*. España: Secretaría General Técnica Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=EFDkBgAAQBAJ&pg=PT119&dq=que+es+in>

ternet&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwimuM_InqTdAhVKzIMKHQ15AgMQ6AEILD
AB#v=onepage&q=que%20es%20internet&f=false.

- Martínez, E. (Mayo de 2003). *Bizkaia*. Obtenido de http://www.bizkaia.eus/Home2/Archivos/DPTO8/Temas/Pdf/ca_GTcapitulo5.pdf?has h=608dd9652a09a156d37d6e9a552fb87d&idioma=CA
- Martínez, E. (Septiembre de 2014). *Universidad de Almería*. Recuperado el 2018 de Marzo de 2018, de Repositorio UAL: http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1
- Matías, H., & Pérez, A. (2014). Los Cursos en Línea Masivos y Abiertos (MOOC) como alternativa para la educación a distancia. *Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología.*, 41-49. Recuperado el 12 de Junio de 2018, de <https://rio.upo.es/xmlui/bitstream/handle/10433/1106/cursos-linea.pdf?sequence=1>
- McLuhan, M., & Powers, B. R. (1995). *La aldea Global*. Barcelona: Gedisa Recuperado de https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_global.pdf.
- Mendelson, H. (10 de Mayo de 2016). *OpenMind*. Recuperado el 16 de Enero de 2018, de OpenMind: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/02/BBVA-OpenMind-modelos-de-negocio-tecnologias-de-la-informacion-y-la-empresa-del-futuro-innovacion-empresarial.pdf>
- Méndez del Rio, L. (2006). *Más allá del business intelligence*:. Barcelona: Gestión 2000 Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=6ciGp2-NYewC&printsec=frontcover&dq=business+intelligence+herramientas+para+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjUrtqjse3dAhVS7FMKHb85CXUQ6AEIJTAA#v=onepage&q=business%20intelligence%20herramienta>.
- Microsoft. (Octubre de 2018). *dynamics.microsoft*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <https://dynamics.microsoft.com/es-mx/pricing/>
- Mousalli, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Mérida: Creative Commons Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Gloria_Mousalli/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa/links/575b200a08ae414b8e4677f3/Metodos-y-Disenos-de-Investigacion-Cuantitativa.pdf?origin=publication.
- Muñoz, J., & Torres, C. (2017). *La Globalización y el Talento Humano en el Entorno Competitivo*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Colombia http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4359/1/Globalizacion_Talento_Humano_Munoz_2017.pdf.
- Naciones Unidas. (14 de Mayo de 2018). *Unctad*. Obtenido de http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ecn162018d3_es.pdf
- Naciones Unidas Comercio y Desarrollo. (25 de Septiembre de 2017). La ciencia, la tecnología y la innovación como catalizadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, (pág. 17). Ginebra.

- Navarrete, G., & Mendieta, R. (2018). Las TIC y la Educación Ecuatoriana en tiempos de internet. *Espirales*, 123-136.
- NU. CEPAL. (Octubre de 2016). *Cepal*. Recuperado el 04 de Abril de 2018, de https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40528/S1601049_es.pdf?sequence%3D6&isAllowed=y
- Oracle. (Octubre de 2018). *Shop.oracle*. Obtenido de https://shop.oracle.com/apex/f?p=dstore:2:0::NO:RIR,RP,2:PROD_HIER_ID:28457297826249371097327176
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Centro Libros PAFP S.L.U Grupo Planeta http://www.cecma.com.ar/__mm/biblioteca/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf.
- Parreño, Á. (2016). *Metodología de investigación en salud*. Riobamba: Ecuador Recuperado de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/13/metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20en%20salud.pdf>.
- Pascual, F. (Noviembre de 2015). *Redalyc*. Recuperado el 5 de Junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/877/87742317007.pdf>
- Patiño, A., Poveda, L., & Martínez, A. (29 de Abril de 2018). *Repositorio CEPAL*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43444/1/S1800256_es.pdf
- Pérez, A., Castro, A., & Fandos, M. (22 de Febrero de 2016). *Rabida.uhu*. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/12722/La-competencia.pdf?sequence=2>
- Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación. (2016). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la Información*. Recuperado el 7 de Mayo de 2018, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/Plan-de-Telecomunicaciones-y-TI..pdf>
- Polo, F., & Magalhaes, V. (2014). *Factorhuma.org*. Recuperado el 12 de Enero de 2018, de https://factorhuma.org/attachments_secure/article/11534/c439_empresa_digital.pdf
- Pozo, A. (2017). *Biblioteca.unirioja*. Obtenido de https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE002506.pdf
- Quonext. (Octubre de 2018). *Quonex*. Obtenido de <https://www.quonext.com/descargables/Microsoft-Dynamics-365-for-Sales-folleto-Quonext.pdf>
- Quonext. (2018). *Quonext*. Obtenido de <https://www.quonext.com/sectores/software-agencias-viaje>
- Ramos, M., & Miranda, M. (16 de Noviembre de 2015). *Ecorfan.org*. Obtenido de http://www.ecorfan.org/spain/series/Serie_V_3_Spain.pdf
- Roca, G. (08 de Septiembre de 2014). *boletines.prisadigital*. Obtenido de <http://boletines.prisadigital.com/transcastdef.pdf>
- Rojas, M., & Yuste, E. (2015). *Dosdoce*. Recuperado el Noviembre de 19 de 2015, de http://www.dosdoce.com/evolucion_nuevos_modelos_negocio_en_la_era_digital_v2.pdf

- Sánchez, Y., Zerón, M., & Mendoza, G. (2015). Análisis del comportamiento estratégico y el desempeño organizacional en las pyme del centro de Tamaulipas en México, D.F.. *Dimensión Empresarial*, 13(1), 41-55.
- Santiago, R., Trinaldo, S., Kamijo, M., & Fernández, Á. (2015). *Mobile learning: nuevas realidades en el aula*. Barcelona: Océano S.L.U Recuperado de <http://www.digital-text.com/FTP/LibrosMetodologia/mlearning.pdf>.
- Schaper-Rinkel. (21 de Febrero de 2015). *Mincyt*. Obtenido de <http://www.mincyt.gob.ar/adjuntos/archivos/000/038/0000038319.pdf>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (11 de Mayo de 2018). *Supercias*. Obtenido de https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Directorio%20Resumido%27%5d&u
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2 de Octubre de 2018). *Supercias*. Obtenido de https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (13 de Febrero de 2015). *Seps*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?nueva-segmentacion-sector-financiero-popular-y-solidario>
- Tabares, J., & Correa, S. (Mayo de 2014). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/924/92430866007.pdf>
- Telecom Advisory Services, LLC. (2017). *scioteca*. Obtenido de <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1059/Observatorio%20CAF%20del%20ecosistema%20digital.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Tovar, J., Pérez, A., & Rodríguez del Castillo, A. (21 de Septiembre de 2016). *Dialnet*. Recuperado el 23 de Mayo de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5855290.pdf>
- Tyszko, J., & Sheets, R. (2015). *Nist*. Recuperado el 3 de Mayo de 2018, de https://www.nist.gov/sites/default/files/building_the_talent_pipeline_an_implementation_guide.pdf
- UNESCO. (26 de Marzo de 2018). *COMPETENCIAS PARA UN MUNDO CONECTADO*. Obtenido de <https://es.unesco.org/sites/default/files/unesco-mlw2018-concept-note-es.pdf>
- Uribe, A. (Agosto de 2017). *Redalyc*. Recuperado el 04 de Junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/1942/194252398018.pdf>
- Venosa, P., Macia, N., Piazza, C., & Pacheco, S. (2016). *Sedici.unlp*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/56375/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1

- Vise, D., & Malseed, M. (15 de Agosto de 2010). *Intesysconsulting*. Obtenido de <http://www.intesysconsulting.com/R/E805354189.pdf>
- Volini, E., Ocean, P., Stephan, M., & Walsh, B. (2017). *Deloitte*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ec/Documents/deloitte-analytics/Estudios/tendenciascapitalhumano2017/Capitulo%207.pdf>
- Yuni, J., & Urbano, C. (2014). *Técnica para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyecto de investigación*. Córdoba: Brujas Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>.

ANEXOS



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita: **CHANCÚSIG MENDOZA VIVIANA ELIZABETH.**

En la ciudad de Latacunga, a los 08 días del mes de Noviembre del 2018

Aprobado por:

