

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la correlación entre el comercio on-line y la gestión del producto en las microempresas alimenticias del sector rural del cantón Pujilí, en el contexto de la pandemia Covid-19, para analizar el nivel de satisfacción de los consumidores. La investigación se desarrolló mediante un diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y correlacional. Como técnicas de investigación se utilizó el registro bibliográfico, la encuesta y la entrevista. La población estuvo conformada por 43470 personas que constituyen la población económicamente activa en el cantón Pujilí para el año 2023. Se aplicó un muestreo aleatorio estratificado por parroquia, y se obtuvo una muestra total de 381 personas. Los resultados mostraron una baja adopción y confianza en el comercio en línea en el sector rural. Aunque existe interés por una parte significativa de los pobladores en comprar en línea, la falta de confianza y conocimiento limita su adopción, mientras que cerca del 45% de los emprendedores utilizan esta modalidad. Se concluyó que los mecanismos de gestión del producto actuales en las microempresas alimenticias no están enfocados en el comercio en línea, y al contrario, se basan principalmente en la venta directa al menudeo. El documento se estructuró en seis capítulos. El capítulo I abarca la introducción, donde se describe el problema de investigación y los objetivos de estudio. El capítulo II contiene el marco teórico, donde se mencionan las teorías de soporte. El capítulo III agrupa el marco de referencia. El capítulo IV describe la metodología aplicada para el levantamiento de datos. El capítulo V describe el análisis de resultados, la discusión y las estrategias propuestas. Y el capítulo VI abarca las conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Pujilí, microempresas, gestión del producto, comercio online.

Abstract

The present study aimed to determine the correlation between online commerce and product management in food microenterprises in the rural sector of Pujilí canton, within the context of the Covid-19 pandemic, to analyze consumer satisfaction levels. The research was conducted through a non-experimental, quantitative, descriptive, and correlational approach. Research techniques included bibliographic records, surveys, and interviews. The population consisted of 43,470 individuals who constitute the economically active population in Pujilí canton for the year 2023. A stratified random sampling was applied by parish, resulting in a total sample of 381 individuals. The results indicated a low adoption and trust in online commerce in the rural sector. Although there is interest from a significant portion of the population in buying online, lack of trust and knowledge limits its adoption, while around 45% of entrepreneurs use this modality. It was concluded that current product management mechanisms in food microenterprises are not focused on online commerce; instead, they primarily rely on direct retail sales. The document is structured into six chapters. Chapter I covers the introduction, describing the research problem and study objectives. Chapter II contains the theoretical framework, mentioning supporting theories. Chapter III includes the reference framework. Chapter IV describes the methodology applied for data collection. Chapter V describes the analysis of results, discussion, and proposed strategies. Chapter VI encompasses the conclusions and recommendations.

Keywords: Pujilí, microenterprises, product management, online commerce