

23

Fecha de presentación: febrero, 2023

Fecha de aceptación: abril, 2023

Fecha de publicación: junio, 2023

ESTUDIO DEL GRADO

DE COMPETENCIA DIGITAL DE LAS MICROEMPRESAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

STUDY OF THE DEGREE OF DIGITAL COMPETENCE OF MICRO AND SMALL COMPANIES IN THE CANTON OF SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

Bolívar Enrique Villalta Jadán¹

E-mail: us.bolivarvillalta@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8698-1586>

Silvio Amable Machuca Vivar¹

E-mail: us.silviomachuca@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4681-3045>

Diego Paúl Palma Rivera¹

E-mail: us.diegopalma@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7684-7721>

Fernando Enrique Avilés Coveña¹

E-mail: ss.fernandoeac09@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-5631-5581>

¹Universidad Regional Autónoma de Los Andes Santo Domingo. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Villalta Jadán, B. E., Machuca Vivar, S. A., Palma Rivera, D. P., & Avilés Coveña, F. E. (2023). Estudio del grado de competencia digital de las microempresas y pequeñas empresas en el cantón santo domingo de los Tsáchilas. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 200-207.

RESUMEN

Numerosos factores, entre ellos la pandemia de SARS-CoV2, el agotamiento de los recursos mundiales y el uso inadecuado de los recursos naturales, así como el creciente uso de la tecnología de la información en el mundo empresarial, han llevado al Gobierno de Ecuador a emitir una resolución de conformidad con la Ley de Desarrollo Económico mediante la Resolución n° NAC-DGERCGC22-00000024, que estipula que todas las facturas emitidas en virtud de la ley deben pagarse en su totalidad. Utilizar herramientas que permitan la creación y transmisión de facturas durante la actividad comercial es necesario para cumplir con esta disposición, así como disponer de una buena infraestructura que permita su mantenimiento. El objetivo de llevar a cabo una evaluación de su capacidad en este ámbito se ha planteado, con el fin de determinar si las pequeñas y medianas empresas tienen el nivel de competencia digital necesario para competir en los mercados electrónicos y su capacidad de adaptarse a las soluciones digitales para cumplir con los estándares internacionales (UNE).

Palabras clave: Estudio, facturación electrónica, digitalización, competencia digital, soporte, microempresas.

ABSTRACT

Numerous factors, including the SARS-CoV2 pandemic, the depletion of global resources and the inappropriate use of natural resources, as well as the increasing use of information technology in the business world, have led the Government of Ecuador to issue a resolution in accordance with the Economic Development Law through Resolution No. NAC-DGERCGC22-00000024, which stipulates that all invoices issued under the law must be paid in full. The use of tools that allow the creation and transmission of invoices during the commercial activity is necessary to comply with this provision, as well as having a good infrastructure that allows its maintenance. The objective of carrying out an assessment of their capacity in this area has been raised, in order to determine whether small and medium-sized companies have the level of digital competence needed to compete in electronic markets and their ability to adapt to digital solutions to comply with international standards (UNE).

Keywords: Study, electronic invoicing, digitalization, digital competence, support, microenterprises.

INTRODUCCIÓN

Cada año, las tecnologías emergentes en lo que respecta a recursos computacionales experimentan avances significativos, lo que se refleja en las capacidades que se ofrecen en diferentes versiones o generaciones de dichos productos. En consecuencia, el mundo en su conjunto busca adaptarse de manera temprana a estos avances tecnológicos para mantener una paridad en el resto de las actividades en las que la computación brinda beneficios para facilitar los procesos en diversas instituciones, entidades o empresas. Según (Salazar & Romero, 2007) concluye que las pequeñas empresas desaparecen o se quedan estancadas en el mercado global ya que no se mantienen a la vanguardia tecnológica.

En Ecuador, la implementación de tecnologías y cumplimiento de estándares digitales a nivel empresarial es posible que no se esté realizando correctamente debido a que estas no se consideran necesarias para el manejo del comercio en las micro y pequeñas, además que estas implican una inversión inicial considerable y la carencia de agentes de regulación o legislativos que normen los elementos necesarios para el establecimiento de una empresa y no sólo contar con un Registro Único de Contribuyente (RUC) o en su defecto un Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RICE) y otros pocos requisitos para poder ejercer actividades comerciales y ser categorizado como MIPYMES según el artículo 53 del COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones) (Ecuador. Asamblea Nacional, 2010). Además, según el nivel de desarrollo de un país, el número de empleados puede oscilar entre 20 a 200, lo cual es relevante al momento de clasificar las micro y pequeñas empresas de nuestro país. (Chávez et al., 2018; Taxis et al., 2016). Pero en el caso de Ecuador esta clasificación está regida por el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción definiéndose como microempresa a aquella que posee de 1 a 9 trabajadores e ingresos menores a Trescientos mil dólares anuales, y como pequeña empresa a aquella que comprende desde 10 hasta 49 empleados con un rango de ingresos entre trescientos mil y un millón de dólares según el artículo 106, literales a y b de dicho reglamento (Ecuador. Presidencia de la República, 2011).

Es importante destacar que el Servicio de Rentas Internas (SRI) ha emitido una Disposición Transitoria Cuarta de la Ley para el Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19, así como la resolución número NAC-DGERCGC22-00000024, en la que se estipula que, a partir del 29 de noviembre del 2022, todas las empresas deben emitir facturas electrónicas para sus actividades comerciales (Ecuador. Servicio

de Rentas Internas, 2022). Esta medida ha generado indirectamente la necesidad de utilizar plataformas ya sea a través de soluciones contratadas o mediante el desarrollo de plataformas propias, para poder cumplir con los requisitos establecidos por el ente encargado de gestionar la política tributaria en el país.

El que las empresas cuenten con una herramienta que les impulsarse comercialmente en posibles consumidores se ha demostrado en la investigación realizada por (Zurita-Mézquita, 2021) en la cual concluye que las estrategias basadas en redes sociales se han convertido en muchos casos en indispensables para las empresas de diversos rangos. También se debe considerar que las redes sociales no lo son todo pues gran parte de las innovaciones de las empresas en Latinoamérica se debe al desarrollo de sitios web para estas (Villegas & Sucre, 2020; Astray et al., 2019).

METODOLOGIA

La presente investigación se ha llevado a cabo empleando una metodología mixta que combina elementos cualitativos y cuantitativos. Con el objetivo de recopilar datos para el enfoque cualitativo, se han seleccionado muestras de microempresas y pequeñas empresas ubicadas en la ciudad de Santo Domingo. Por otro lado, para el enfoque cuantitativo, se ha llevado a cabo un análisis detallado de cada uno de los aspectos considerados en el estudio. De esta manera, se ha logrado obtener un análisis integral que permite entender las diferentes variables que intervienen en el desempeño de estas empresas, ofreciendo una visión más completa y detallada de la realidad estudiada. Es importante destacar que la selección de estas metodologías ha permitido una aproximación rigurosa y objetiva al fenómeno estudiado, y contribuye a la obtención de resultados precisos y confiables.

El diseño de investigación es no experimental, transversal, descriptiva (Hernández et al., 2014)

para evaluar a las micro y pequeñas empresas en su nivel de preparación digital a través de la recopilación de datos mediante la técnica de encuesta para poder analizar el problema (Bernal, 2016; Medina, 2020).

Población y muestra

A partir de una población finita que se obtiene de las bases de datos públicas del Directorio de Empresa 2020 que promociona el INEC (Ecuador. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021) y después de delimitar los datos al año 2020 de empresas con categorización de micro y pequeñas empresas comprendidas en el cantón de Santo Domingo de los Tsáchilas se obtiene una población

de 21269 empresas con la cual se procede a calcular una muestra con un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 12%, lo cual muestra un resultado de 67 empresas, procediendo a realizar la herramienta de Google Forms para aplicar la encuesta.

RESULTADOS

Como se observa en la Tala 1, las empresas que fueron objeto de encuesta se caracterizan por poseer un rango de empleados que oscila entre 1 y 9 personas en el caso de las microempresas, y de 10 a 49 empleados en el caso de las pequeñas empresas, según lo estipulado en el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción. Cabe señalar que dicho marco normativo es de gran relevancia en el ámbito empresarial, al establecer las pautas y criterios para la inversión y el desarrollo de actividades productivas. En este sentido, el presente estudio considera estos rangos como criterios relevantes para la selección y análisis de las empresas encuestadas.

En consonancia con lo expuesto anteriormente, se procede a clasificar el conjunto de empresas encuestadas en dos categorías distintas. La primera de ellas corresponde a las microempresas, mientras que la segunda se refiere a las pequeñas empresas. Esta distinción obedece al criterio establecido en el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, que establece un rango específico de empleados para cada tipo de empresa. En este sentido, resulta pertinente destacar que dicha clasificación permite efectuar un análisis más detallado y preciso de las particularidades y desafíos que enfrentan cada una de estas categorías en el contexto empresarial.

Tabla 1. Porcentajes de las categorías de empresas encuestadas

Categoría	Resultados
Microempresas (1-9 personas)	86,36%
Pequeñas Empresas (10-49 personas)	13,64%

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al nivel de participación de las empresas encuestadas en función de su clasificación, se observa que la mayoría de las empresas encuestadas pertenecen a la categoría de Microempresas. Dicha predominancia puede explicarse a partir del hecho de que la mayoría de las empresas se emprenden con el aporte de al menos una persona, así como con la colaboración de miembros del núcleo familiar o de amistades cercanas. En este sentido, resulta factible inferir que el bajo número de empleados característico de las microempresas

estaría relacionado con el tipo de actividades que estas realizan, las cuales no requerirían de una gran cantidad de trabajadores para su funcionamiento.

Una vez que se han definido las categorías de las empresas encuestadas, se procedió al análisis de trece aspectos relacionados con el nivel de preparación digital de dichas empresas, los cuales se agruparon en tres temas distintos. Estos aspectos que se presentan en la tabla 2 permiten evaluar si las empresas poseen presencia en redes sociales, lo que les permite promocionar sus productos o servicios y establecer contacto con sus clientes o usuarios, o si disponen de un sitio web, lo que les otorga una mayor visibilidad y accesibilidad en el mercado digital. Resulta relevante destacar que la presencia en el entorno digital se ha vuelto cada vez más importante para las empresas, especialmente en el contexto actual, en el que la pandemia ha impulsado la digitalización y ha generado una mayor demanda de servicios y productos en línea.

Tabla 2. Presencia en Internet. Aspecto 1. Perfil en medios sociales

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Perfil en redes sociales	70,18%	100%

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al aspecto evaluado, referido a la presencia de las empresas en redes sociales, (tabla 3) los resultados muestran que cerca del 30% de las Microempresas encuestadas no cuentan con ningún perfil o página en este tipo de plataformas. Este hallazgo sugiere que un número significativo de empresas de esta categoría no considera relevante o necesario contar con una presencia activa en redes sociales. Sin embargo, al analizar los resultados correspondientes a las Pequeñas Empresas, se observa que estas no presentan carencias en cuanto a su presencia en estos medios, lo que sugiere que estas empresas reconocen la importancia de establecer y mantener una presencia en el entorno digital para promocionar sus productos o servicios y establecer contacto con sus clientes o usuarios.

Tabla 3. Presencia en Internet. Aspecto 2. Tipo de información en redes sociales

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Información General	90%	100%
Información de Contacto	62,50%	100%

Dirección Ubicación	62,50%	100%
Productos	85,00%	88,89%
Servicios	87,50%	55,56%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 4 se presenta el estudio en relación al tipo de información que publican las empresas en sus perfiles de redes sociales, se observa que las Microempresas que consideran útil su presencia en estos medios mayoritariamente publican información general sobre su empresa, seguida de información sobre sus servicios y productos, y finalmente información de contacto y ubicación. Por su parte, las Pequeñas Empresas tienden a publicar información general, así como información de contacto y ubicación, siendo común en ellas centrarse en definir si ofrecen productos o servicios, o ambos. Estos hallazgos sugieren que, en general, las empresas utilizan las redes sociales como una herramienta para proporcionar información básica sobre su negocio y establecer contacto con sus clientes o usuarios. Además, los resultados sugieren que las Pequeñas Empresas tienen una mayor comprensión de cómo utilizar las redes sociales para promocionar sus productos o servicios y establecer una presencia sólida en el entorno digital, lo que puede ser un factor clave para su éxito y crecimiento a largo plazo.

Tabla 4. Presencia en Internet. Aspecto 3. Beneficio de las redes sociales

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Nada	0%	0%
Poco	10%	0%
Medianamente	35%	22,22%
Mucho	47,5%	66,67%
Indispensable	7,5%	11,11%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los beneficios percibidos por las empresas encuestadas en el uso de las redes sociales, se observa en la tabla 4, que tanto las Microempresas como las Pequeñas Empresas consideran que el uso de estas plataformas es beneficioso para su negocio. Se destaca que ninguna de las empresas encuestadas creyó que el beneficio fuese nulo, se puede inferir que estas empresas reconocen el potencial que las redes sociales tienen para

mejorar su presencia en línea y aumentar su alcance a potenciales clientes o usuarios. Es relevante señalar que aquellas empresas que consideran el uso de las redes sociales como indispensable probablemente tienen modelos de negocio altamente digitales y están altamente comprometidas con el uso de la tecnología para optimizar sus procesos de negocio y mejorar su relación con sus clientes o usuarios. Los resultados sugieren que las empresas encuestadas reconocen la importancia de las redes sociales como una herramienta efectiva de marketing y comunicación en línea, y están dispuestas a adoptarlas como parte de su estrategia empresarial. Esto puede indicar una tendencia hacia la digitalización de los negocios y la creciente importancia del entorno digital en la economía actual.

Tabla 5. Presencia en Internet. Aspecto 4. Tienen un sitio web

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Sitio web	8,77%	44,44%

Fuente: Elaboración propia

En relación a la posesión de sitios web por parte de las empresas encuestadas, se puede observar que la mayoría de las microempresas no cuentan con uno, lo que podría sugerir que sus modelos de negocio no están basados en el comercio electrónico. Por otro lado, resulta llamativo que menos de la mitad de las pequeñas empresas posean un sitio web, lo que puede indicar una falta de visión estratégica en cuanto a la presencia en línea y una posible pérdida de oportunidades de negocio en el entorno digital. (Ver tabla 5)

Tabla 6. Facturación. Aspecto 5. Emisión de facturas

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Emiten facturas	91,23%	100%

Fuente: Elaboración propia

En relación a la emisión de facturas por parte de las empresas encuestadas, se puede observar en la tabla 6, que un porcentaje reducido de estas no lo hace, lo cual podría explicarse por la falta de un Registro Único de Contribuyentes (RUC) o del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) necesario para llevar a cabo dicha actividad.

Tabla 7. Facturación. Aspecto 6. Facturas electrónicas a partir del 29 de noviembre del 2022

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Están en conocimiento	78,95%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al conocimiento de las empresas encuestadas sobre la disposición establecida en la Ley de Desarrollo Económico mediante la resolución NAC-DGERCGC22-0000024, se observa que un porcentaje significativo, específicamente el 21,05%, manifiesta desconocer dicha disposición normativa (Ver tabla 7)

Tabla 8. Facturación. Aspecto 7. Método de facturación

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Talonario (Facturas físicas)	67,31%	22,22%
Facturación electrónica a través del SRI	7,69%	0%
Proveedor de facturación electrónica	19,23%	11,11%
Sistema propio de la empresa	5,77%	66,67%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8, se observan los resultados de los métodos de facturación empleados por las empresas encuestadas, se puede observar que las microempresas todavía muestran una fuerte preferencia por emitir facturas físicas, a pesar de la reciente implementación de la resolución correspondiente. Por otro lado, las pequeñas empresas presentan un nulo uso del sistema de facturación electrónica a través del portal del Servicio de Rentas Internas (SRI). Es importante destacar que la adopción de la facturación electrónica puede ofrecer numerosos beneficios tanto para las empresas como para la gestión tributaria en general, tales como reducción de costos y tiempos de procesamiento, mayor seguridad en la emisión y recepción de facturas, y un mejor control tributario por parte del SRI.

Tabla 9. Facturación. Aspecto 8. Equipos utilizados para facturación

MICROEMPRESAS											
Cantidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Computadores	57,69%	34,62%	3,85%	1,92%	1,92%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros medios manuales	90,38%	9,62%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
PEQUEÑAS EMPRESAS											
Cantidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Computadores	0%	3,35%	27,59%	10,34%	13,79%	17,24%	0%	0%	27,59%	0%	0%
Otros medios manuales	66,67%	11,11%	0%	0%	0%	11,11%	0%	11,11%	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al uso de equipos de información para la emisión de facturas, se observa que en el ámbito de las microempresas un gran porcentaje aún utiliza la escritura a mano para tal fin, mientras que en las pequeñas empresas esta práctica no se presenta. (Tabla 9)

Tabla 10. Facturación. Aspecto 9. Métodos de pago

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Efectivo	100%	100%
Cheques	12,28%	66,67%
Transferencias	73,68%	100%
Tarjetas	12,28%	66,67%
Electrónicos	0%	11,11%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los métodos de pago utilizados en la tabla 10 se evidencia en las las empresas encuestadas, que todas aceptan pagos en efectivo. Además, se evidencia que las microempresas reciben muy pocos pagos mediante cheque, pero tienen una alta frecuencia de recepción de pagos por transferencias bancarias. En cuanto a los pagos con tarjeta de crédito o débito en físico, estos son escasos en las microempresas, y la presencia de pagos electrónicos a través de portales es nula. Por otro lado, en las pequeñas empresas también es bajo el uso de pagos electrónicos a través de portales.

Tabla 11. Infraestructura y soporte. Aspecto 10. Cantidad de computadores

	Microempresas	Pequeñas Empresas
1-9 computadores	73,68%	44,44%
10-29 computadores	0%	44,44%
30-50 computadores	0%	11,11%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 se resumen los resultados el tema de la infraestructura y soporte de tecnologías de la información, se observa que la cantidad de equipos informáticos en las microempresas no supera el rango de 1 a 9 equipos. Por otro lado, en el grupo de pequeñas empresas existen varias que no superan el mismo rango, lo cual indica que la presencia de computadoras en sus procesos empresariales no está muy extendida.

Tabla 12. Infraestructura y soporte. Aspecto 11. Cableado estructurado y servidores

	Microempresas	Pequeñas Empresas
Cableado estructurado	8,77%	66,67%
Servidores	3,51%	66,67%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la implementación del cableado estructurado en microempresas, se puede observar en la Tabla 12, que el 91,33% de ellas no ha implementado dicha solución de redes. Asimismo, se evidencia una alta carencia de servidores para procesamiento y almacenamiento de datos, llegando al 96,49%. También se puede apreciar que las pequeñas empresas presentan un porcentaje considerablemente alto de carencia de estas tecnologías de infraestructura.

Tabla 13. Infraestructura y soporte. Aspecto 12. Despliegue de tecnologías de red

	Microempresas	Pequeñas empresas
Routers	84,21%	100%
Switches	5,26%	66,67%
Puntos de acceso inalámbricos	22,8%	88,9%
Firewalls	0%	22,22%
Ninguno	15,79%	0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13 referente a infraestructura y soporte, se puede observar que el 15,79% de las empresas encuestadas no cuenta con una plataforma de redes. Además, se evidencia una carencia de firewall dedicado y una baja implementación de switches en dichas empresas. En el caso de las pequeñas empresas, se constata que todas poseen algún tipo de infraestructura de red, pero la presencia de firewalls es significativamente baja.

Tabla 14. Infraestructura y soporte, Aspecto 13. Soporte de Tecnologías de la Información

	Microempresas	Pequeñas empresas
Propio	3,51%	11,11%
Externo por contrato	0%	66,67%
Ocasional sin contrato	38,6%	22,22%
Ninguno	57,89%	0%

Fuente: Elaboración propia.

En relación a la disponibilidad de soporte en tecnologías de la información en las empresas, se observa en la tabla 14, que aproximadamente el 60% de las microempresas no cuentan con algún tipo de soporte en TI o no consideran relevante esta función. Por otro lado, todas las pequeñas empresas encuestadas disponen de algún medio de soporte para lidiar con problemas de fallas en los equipos informáticos.

DISCUSIÓN

Nivel de preparación digital de las microempresas

Según (Rodríguez, 2019) las empresas de menor tamaño, como las microempresas, tienden a adoptar prácticas informales con el fin de competir con empresas de mayor envergadura o mejor organizadas. Además, el Banco Mundial ha alertado acerca de esta problemática en el contexto empresarial ecuatoriano. (Banco Mundial, 2013).

La falta de formalidad en las microempresas, como se mencionó anteriormente, es un indicador de su tendencia a competir con empresas de mayor tamaño o mejor organizadas. Este fenómeno se traduce en un alto incumplimiento de los estándares necesarios para operar como empresas. Como se ha analizado previamente, la mayoría de estas empresas también presentan un bajo nivel de adaptación digital, lo que se refleja en áreas como la presencia en línea, la emisión de facturas electrónicas y la implementación y mantenimiento de infraestructura tecnológica.

Nivel de preparación digital de las pequeñas empresas

Las empresas enfrentan la necesidad de mantener su competitividad en un mercado cada vez más exigente, lo que implica una constante evaluación de las estrategias para mantenerse a la vanguardia. (Estrada et al., 2009).

Para garantizar la competitividad en un mercado cada vez más exigente, es necesario que las empresas cuenten con una infraestructura robusta y organizada. Tras el análisis de los resultados de la encuesta, se observa que las pequeñas empresas presentan una plataforma digital mejor estructurada. Sin embargo, en el territorio de estudio se aprecian deficiencias, tales como la falta de dispositivos de seguridad como firewalls para prevenir ataques externos, la emisión de facturas físicas y la baja adopción del comercio electrónico.

En relación a la implementación de sitios web empresariales, se observa una tendencia a la baja en ambos grupos de empresas. Estos sitios no solo permiten el acceso a información empresarial, sino también pueden ser utilizados como portales de comercio electrónico para la venta de productos o servicios en línea. Sin embargo, es importante mencionar que esta situación no es exclusiva del cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, sino que se presenta de manera generalizada en la región y en otros lugares del mundo, sino que esto también fue evidenciado en el cantón Cuenca en el estudio realizado por (Acosta et al., 2018).

CONCLUSIONES

Se observa que el nivel de digitalización de las empresas en el cantón Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra en un proceso incipiente de desarrollo, lo que puede deberse a la falta de una legislación clara que defina los requisitos y estándares para su establecimiento. Es importante destacar que el tamaño de las empresas varía de acuerdo al país, pero esto no resta importancia a la situación, la cual evidencia que, ante un marco normativo más riguroso, es posible que estas empresas alcancen una mayor dimensión.

La falta de organización en las microempresas se evidencia claramente, y es común que deban recurrir a la informalidad para poder competir con empresas más grandes y mejor organizadas. Además, la falta de una infraestructura sólida está directamente relacionada con una visión empresarial limitada, lo que se traduce en una economía precaria que a menudo impide el crecimiento y la expansión de estas empresas. También es importante destacar que las empresas con menos de 10 trabajadores muestran una baja adopción de medios para la emisión de comprobantes tributarios electrónicos.

En cuanto al avance en la implementación de tecnologías digitales por parte de las microempresas, se ha observado un progreso significativo en la búsqueda de estrategias que les permitan competir en el mercado, especialmente frente a empresas con una mayor cantidad de empleados. Sin embargo, durante el análisis se encontraron ciertas deficiencias que requieren atención, siendo una de las más destacadas la implementación de la facturación electrónica, que en muchos casos ha sido realizada con éxito, en línea con las disposiciones emitidas por el ente regulador tributario del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta Urigüen, M., Ortega Vásquez, X., Abad Merchán, M., & Abad, A. (2018). Uso de sitios web por las pymes comerciales del cantón Cuenca. *Revista Ciencia UNEMI*, 6(13), 01-12.
- Astray, M. C. G., Gómez, G. S., Márquez, M. G., Lagares, L. P., & Garrido, S. G. (2019). Impacto de los recursos digitales en el aprendizaje y desarrollo de la competencia Análisis y Síntesis. *Educación Médica*, 20, 74-78.
- Banco Mundial. (2013). Ecuador lucha contra la informalidad para potenciar a las pequeñas empresas. Banco Mundial. [https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/08/14/ecuador-fight-againstinformality-](https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/08/14/ecuador-fight-againstinformality)

- Bernal Torres, C. A. (2016). Metodología de la Investigación, Cuarta Edición. Bogotá: Pearson.
- Chávez Cruz, G. C., Campuzano Vásquez, J., & Betancourt Gozaga, V. (2018). La micro, pequeñas y medianas empresas. Clasificación para su estudio en la carrera de ingeniería en contabilidad y auditoría de la Universidad Técnica de Machala. *Revista Conrado*, 14(65), 247-255. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/929/852>
- Ecuador. Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI. Registro Oficial Suplemento N. 351. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). Directorio de Empresas 2020. INEC. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Ecuador. Presidencia de la República. (2011). Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción. Registro Oficial Suplemento N. 450. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Ecuador. Servicio de Rentas Internas. (2022). RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC22-00000024. SRI. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar?id=c508d69a-4ea4-4940-8777-fbe89fef2fac&nombre=NAC-DGERCGC22-00000024.pdf>
- Estrada Bárcenas, R., García Pérez de Lema, D., & Sánchez Trejo, V. G. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de gerencia*, 14(46), 169-182.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. P. (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. México D.F: McGraw Hill Educación.
- Medina Gamero, A. R. (2020). Las competencias en las TIC: un desafío desde la etapa escolar. *Educación Médica*, 21(6), 411-412.
- Rodríguez Arrieta, G. A., Cano Lara, E. D., & Ruiz Vélez, A. L. (2019, diciembre 30). La competitividad en las microempresas en Manta 2019. *Revista San Gregorio*, 1(35), 1-11.
- Salazar, D., & Romero, G. E. (2007). Tecnología aplicada en las pequeñas empresas venezolanas. *Revista de ciencias sociales*, 13(3), 507-517.
- Texis Flores, M., Ramírez Urquidy, M., & Aguilar Barceló, J. G. (2016). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduría y administración*, 61(3), 551-567.
- Villegas, M. C. O., & Sucre, E. S. (2020). Visibilidad de la co-innovación en sitios Web de empresas en América Latina. Mercados y Negocios: *Revista de Investigación y Análisis*, (41), 45-62.
- Zurita-Mézquita, E. C., Berttolini-Díaz, G. M., & Barroso-Tanoira, F. G. (2021). Redes sociales en la micro, pequeña y mediana empresa. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 15(4), 141-163.