



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:
IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE
LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS

ARTÍCULO ACADÉMICO QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PARA OPTAR EL TÍTULO DE **INGENIERO EN CIENCIAS
EMPRESARIALES**

Autor
Adrián Wonsang Zambrano

Tutor
Ronald Campoverde Aguirre

SAMBORONDÓN, Abril DE 2014

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Resumen

El constante avance en las tecnologías de información y la comunicación constituye una oportunidad para las empresas y negocios, puesto que, pueden ser adoptadas como una ventaja competitiva, sin embargo, las TIC no se han aplicado de manera homogénea en los canales tradicionales de comercialización como son las tiendas de abarrotes, lo que incide en que exista un atraso en la implementación de las TIC. Por lo tanto, el desarrollo del presente trabajo busca analizar el impacto de la adopción de las TIC dentro de los sistemas operativos o comerciales. El estudio se desarrolló aplicando una investigación descriptiva en base a un enfoque cuantitativo, para lo cual se aplicó la encuesta como técnica de investigación. La información que se obtuvo, permitió identificar la disposición que tienen los dueños de canales tradicionales de comercialización en aplicar las TIC en sus negocios, puesto que consideran que les proporcionarían beneficios.

Palabras claves: Capacidades organizacionales, tipos de capacidades organizacionales, beneficios de capacidades organizacionales, adopción tecnológica, TIC.

Abstract

The steady advance in information and communication technologies provides an opportunity for companies and businesses, because they can be taken as a competitive advantage, However, ICT are not applied uniformly in the traditional marketing channels such as grocery stores, which in turn affects that there is a backlog in the implementation of icts. Therefore, the development of the present work seeks to analyze the impact of the adoption of ICT within the operating systems or commercial. The study was developed by applying a descriptive research on the basis of a quantitative approach, for which the survey was implemented as a research technique. The information that was obtained, allowed us to identify the layout of the owners of traditional channels of marketing in applying ICT in their business, since they consider which provide benefits.

Key words: Organizational Capabilities, types of organizational capabilities, benefits of organizational capabilities, technology adoption, ICT.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Introducción

La constante evolución de los mercados ha constituido el marco del desarrollo de las Tecnologías de la información y comunicación (TIC), las mismas que se han ido adaptando para un sinnúmero de áreas, especialmente en el área comercial. En el sector comercial, las TIC se utilizan en las operaciones de pagos y compras realizadas, el registro de stock, entre otras operaciones, que permiten facilitar la gestión de la información que se maneja.

Por lo tanto, este documento busca analizar la incidencia de la aplicación de las TIC en los canales tradicionales de distribución como apoyo a la gestión de la cadena de tiendas de abarrotes, puesto que se busca conocer las principales aplicaciones que se le puede proporcionar a las TIC en estos canales, los cuales en la mayoría de los casos se han mantenido rezagados en lo que respecta a la implementación de la tecnología para mejorar su desempeño de negocio.

Según lo define Muñoz (Muñoz, 2009, pág. 39):

En primer lugar, debe reconocer que el nivel de importancia que adquieren las TIC en cada empresa es diferente, y una TIC es estratégica si permite obtener una ventaja competitiva sostenible, por lo que un indicador de la importancia de las TIC en una empresa es su participación en el diagrama de actividades estratégicas de la empresa.

La implementación de las TIC puede proporcionar beneficios para los negocios, puesto que, si se aplican de manera adecuada puede constituir una ventaja competitiva. En relación a eso, las limitaciones actuales que se encuentran obstaculizando la aceptación de las TIC en los procesos de gestión de las tiendas de abarrotes básicamente se identifican desde la perspectiva de los propietarios de éstos negocios.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

En el Ecuador, actualmente existe un apoyo por parte del Gobierno en lo que respecta al desarrollo y la implementación de las Tecnologías de la Comunicación e Información, como estrategia para incentivar el crecimiento económico de los diferentes sectores, así como también para facilitar la automatización de procesos contribuyendo a la mejora de la gestión de la calidad en el servicio que éstos negocios proporcionan al consumidor final (Diario Hoy, 2013).

Considerando el alto nivel competitivo que existe en el entorno comercial, los canales tradicionales no pueden mantenerse ajenos a estos cambios que actualmente se presentan en relación a la aplicación de las TIC, en donde resulta cada vez más común el desarrollo de sistemas que contribuyan a mejorar los procesos de comercialización como estrategia para mejorar la competitividad del negocio.

Incuestionablemente, en la actualidad las TIC constituyen una herramienta esencial para que las tiendas de abarrotes puedan ser competitivas en el mercado, en donde, la oferta puede llegar a superar la demanda existente. Los constantes avances tecnológicos conducen a una evolución en el sistema comercial, puesto que se integran a la empresa nuevos procesos (Bernal & Villegas, 2008).

Generalmente, las empresas optan por utilizar las TIC ya que la información se procesará más rápido y con mayor precisión. Uno de los beneficios que proporciona la aplicación de las TIC es el almacenamiento de grandes cantidades de datos, así como también podría reducir los costes de funcionamiento de la tienda, ya que se necesita menos personal. La tienda también utilizará menos papel, y por lo tanto tendrá más espacio disponible en las instalaciones.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Desde esta perspectiva, se puede considerar que las TIC incrementa los costos fijos y reduce los costos variables, puesto que, el uso de las TIC para almacenar diferentes funciones de las operaciones que se llevan a cabo de manera diaria en el negocio (Parkin & Loría, 2010). Esto incluye: usarlo para tomar acciones y monitorear el flujo de bienes, el uso de las TIC para la seguridad de los productos y los locales, su uso en el sistema de pago con el fin de llevar un registro de las ventas.

Las TIC han tenido un enorme impacto en los negocios y en los hábitos de compra de los consumidores finales, puesto que, se considera que las TIC han hecho que sea más fácil tanto para consumidores, como para los propietarios desarrollar los procesos de comercialización, en donde la implementación de herramientas electrónicas para realizar las ventas, intercambio de datos, entre otros. Sin embargo, también se debe notar que pocos los negocios pertenecientes a los canales tradicionales que han considerado la implementación de tecnología en el desarrollo de las operaciones internas de su negocio.

Como lo define Hilbert y Peres (2009, pág. 273), “Las TIC transforman las actividades económicas al aumentar la eficiencia de los procesos productivos de las empresas mediante la creación, divulgación, acumulación y uso de información y conocimiento”. Para desarrollar la gestión, de las actividades comerciales es imperioso que los canales tradicionales busquen incrementar su competitividad, considerando que son éstos los que se encuentran directamente relacionados con el consumidor final.

La implementación de las TIC en los procesos que se desarrollan en las tiendas de abarrotes, es importante ya que puede proporcionar la ventaja de

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

implementar un servicio diferenciador que le permita al propietario incrementar el nivel competitivo del negocio así como también proporcionar al consumidor un mayor nivel de satisfacción con respecto al servicio recibido, quienes son cada vez más exigentes (Fonseca, 2009). La implementación de las TIC permite también el desarrollo de estrategias de ventas que contribuyan a incrementar la competitividad del negocio (Canals, 2001). Pese a esto, el nivel de desinformación o una percepción equivocada pueden ser factores que inciden en el retraso en cuanto a la adaptación de los canales tradicionales en el uso de la tecnología.

En consecuencia, las tiendas de abarrotes desconocen los beneficios de la automatización de las operaciones, incluyendo el aumento de la productividad, una mejor utilización del espacio, los niveles más altos de servicio al cliente, la reducción de gastos operativos y mejorar el flujo de stock mediante la implementación de las TIC. La integración de tecnologías de la información, como la tecnología dispositivos móviles y portales web pueden ayudar a mejorar la eficacia y la conveniencia de la información y los sistemas de control de la cadena. La adopción de las TIC por parte de grandes empresas ha demostrado que es esencial para superar los problemas de gestión interna. Por otra parte, se encuentra que la aplicación efectiva de las TIC tiene el potencial enorme para lograr mejoras significativas (Silva, 2009).

Los desafíos existentes en la cadena de canal tradicional actual claramente ha planteado la importancia de explorar en la percepción de los involucrados en este sector hacia la adopción de las TIC en la gestión de sus negocios.

El propósito del desarrollo del presente trabajo es analizar el impacto que generaría adoptar las TIC para mejorar el desempeño de éstos negocios, ya que se

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

considera necesario que se determine la factibilidad de su implementación como una forma de contribuir con el desarrollo de los procesos operativos. La importancia del tema se enfoca en aprovechar las ventajas que proporciona la utilización de las TIC, de modo que se pretende impulsar a los propietarios de tiendas de abasto a que puedan adoptar el uso de tecnología en sus negocios.

Fundamentación teórica

Capacidades organizacionales

Se puede definir que las capacidades organizacionales representan la capacidad que tienen los negocios para gestionar de forma eficiente y efectiva los recursos internos. Las capacidades organizacionales deben estar orientadas a desarrollar una ventaja competitiva para el negocio, se centran en los procesos internos para satisfacer la demanda del cliente. Además, las capacidades de organización deben ser únicas para prevenir la replicación de los competidores

(Dávila, 2012, pág. 13):

Las capacidades organizacionales se entienden como entidades socialmente constituidas que representan una forma colectiva de solucionar problemas, evolucionan en el tiempo mediante un proceso de aprendizaje (y en consecuencia poseen un componente dinámico intrínseco), y representan una forma distintiva y superior de combinar y asignar recursos (Helfat y Peteraf, 2003; Schreyögg y Kliesch-Eberl, 2007).

Así mismo, desarrollar y cultivar las capacidades organizativas puede ayudar a propietarios de pequeñas empresas a obtener una ventaja en un entorno competitivo, centrándose en las zonas en las que sobresalen. Sin embargo, existen aún muchos negocios que aún no han identificado la forma de aprovechar las capacidades organizacionales de manera eficaz.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Básicamente, se define la capacidad como cualquier aspecto que la organización desarrolle de manera adecuada, es decir, puede considerarse como las fortalezas que posee el negocio y que proporcionan resultados significativos. Cuando el negocio busca crear nuevas capacidades y desarrolla las ya existentes, tendrá la posibilidad de mantener una ventaja sobre sus competidores.

Referenciando la información publicada por Merino (2009), las principales fuentes tradicionales de capacidades organizacionales se centran en los procesos y sistemas internos:

- a) Capacidades financieras/ económicas: La capacidad que posee el negocio de producir bienes o servicios a un costo más bajo que los competidores.
- b) Capacidades estratégicas: La capacidad de comercializar productos que diferencian a la empresa de los competidores, generalmente, se determina en base al valor agregado que se le proporcione.
- c) Capacidades tecnológicas: La capacidad del negocio de implementar la tecnología en el desarrollo de sus operaciones internas, lo cual a su vez incide en la percepción que se genere en el cliente.

Es notable que la mayoría de las empresas no se centran en el desarrollo de capacidades organizacionales por razones puramente competitivas, más a menudo, la razón es que la capacidad es parte de su cultura (Áñez & Petit, 2010). Además, cuando los propietarios del negocio están involucrados en el desarrollo de las capacidades organizacionales, las empresas tienen más éxito en la alineación de los programas para mejorar el rendimiento y la más eficaz en la construcción de las habilidades necesarias.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Las empresas pueden obtener una ventaja competitiva mediante la construcción de capacidades fundamentales, como el desarrollo de las operaciones y gestión de proyectos o capacidades específicas de la industria, tales como la comercialización o las estrategias aplicadas.

Por su parte, Lusthaus (2009, pág. 21), menciona que la capacidad organizacional se refiere al conjunto de habilidades que una empresa o negocio puede potencializar utilizando los recursos con los que cuenta para el desarrollo de los procesos internos.

Considerando lo expuesto por Lusthaus (2009), se puede decir que actualmente las empresas operan en un entorno cada vez más dinámico, por lo tanto, para mantener la competitividad en un entorno de este tipo las empresas tienen que desarrollar capacidades organizativas y los conocimientos técnicos que les permita hacer frente a núcleo problemas de organización y gestionar los recursos con los que cuentan de manera eficiente. El concepto de capacidades organizacionales debe entenderse como un proceso continuo y abierto de desarrollo organizacional, este concepto generalmente suele estar orientado al proceso.

Sin embargo, un aspecto clave de este concepto es que permite a las empresas hacer frente a diferentes tipos de problemas de organización de forma oportuna. Generalmente, los principales problemas para los cuales los negocios deben desarrollar capacidades organizacionales deben estar orientadas a los siguientes procesos: la producción, la creación y la adquisición de nuevos recursos, el equilibrio de los intereses creados, y el cumplimiento de las demandas de los diversos grupos de interés (Cartaya, 2008).

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

El enfoque de las capacidades está estrechamente vinculado con la visión basado en el conocimiento de la empresa. Las capacidades de organización se identifican con el know-how de una empresa de llevar a cabo determinada actividades para dar solución a problemas específicos, la capacidad de adaptarse a un entorno altamente dinámico mediante la acumulación de nuevos conocimientos y su transformación en innovaciones tecnológicas pueden ser identificados como una ventaja competitiva que les permita diferenciarse de sus principales competidores.

Tipos de capacidades organizacionales

Haciendo referencia a lo establecido por Dávila (2010), las fortalezas competitivas de un negocio se basan principalmente en las capacidades organizacionales que se han desarrollado eficientemente, lo cual involucra aspectos físicos del negocio y el talento humano. Dávila menciona también la existencia de tres tipos de conocimientos organizacionales que son: técnicos, funcionales y gerenciales.

Según Dávila (2010), existen diferentes tipos de capacidades organizacionales, las mismas que pueden ser clasificadas dentro del área técnica, funcional y gerencial; la capacidad de respuesta de una organización es su capacidad para cambiar en respuesta a la demanda del cliente. Los conocimientos y empleados cualificados son capacidades organizacionales que proveen una empresa con la capacidad de responder a las demandas de los clientes y ser flexibles a los cambios en el entorno empresarial (Más & Fornet, 2004).

Las habilidades y el conocimiento de la fuerza laboral constituyen una de las capacidades funcionales de una empresa, ya que permiten a la organización

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

dirigir esas habilidades para alcanzar los objetivos del negocio. Los programas de formación y contratación eficaces son las capacidades organizativas que garantizan una fuerza de trabajo capacitada. Para mantener la capacidad, los negocios deben garantizar la fuerza de trabajo tiene los recursos disponibles para mejorar continuamente. La gestión de una fuerza de trabajo talentosa es una capacidad organizacional que puede proporcionar una ventaja competitiva en el mercado (McKinnon, 2009).

Otra de las capacidades organizacionales que se pueden mencionar, son las buenas relaciones de los clientes permiten asegurar el continuo crecimiento y la competitividad en el mercado. La relación entre la organización y sus clientes es una capacidad organizacional que afecta a las ventas, la reputación y la lealtad para futuros negocios. El mantenimiento de relaciones existentes con los clientes, así como el desarrollo de otros nuevos asegura que la empresa va a crecer y prosperar en el futuro, esta capacidad organizativa mejora la relación con el cliente para el negocio.

De acuerdo a Garzón (2009), generalmente las organizaciones se ven en la obligación de desarrollar capacidades que no sean fáciles de imitar por parte de la competencia con la finalidad de contar con una ventaja competitiva, esto incide en que tengan la necesidad de integrar conocimientos de gestión, mercadológicos, tecnológicos y de talento humano, que les permita potenciar de manera adecuada la capacidad del negocio.

Las capacidades organizacionales incluyen el desarrollo de la tecnología. En general, ella finalidad reconocible de capacidades técnicas se expresa en términos de resultados tecnológicos significativos como la

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

implementación de las TIC en la gestión del negocio. Esto incluye tanto la producción eficiente de este resultado como así como la extensión y la mejora continua, desde esta perspectiva, el desarrollo de capacidades organizacionales basadas en la tecnología puede contribuir a mejorar la eficiencia y la innovación (Lhermie, Miquel, Miquel, & Parra, 2009).

Beneficios de capacidades organizacionales

Para Dávila (2012), aquellos negocios que operan bajo un concepto tradicional deben considerar el riesgo existente en el mercado debido a la competencia y el hecho de que el mercado se encuentra sujeto a constantes cambios. Los beneficios que proporciona el desarrollo de capacidades organizacionales se encuentran relacionados a la posibilidad de reducir éste tipo de riesgos y establecer correctivos que le permitan a la organización mantener un nivel competitivo y productivo eficiente.

Como lo define Dávila, el desarrollo de capacidades organizacionales contribuye a la consecución de los objetivos establecidos por las empresas, puesto que, puede proporcionar ventajas competitivas que permitirán obtener los siguientes resultados:

- a) La adición de valor percibido por el cliente hacia el negocio.
- b) Proporciona al negocio un nivel de diferenciación que no podrá ser imitado por los competidores.
- c) Capacidad para el cambio a través de la comprensión y la gestión de los sistemas de organización.
- d) La congruencia entre las expectativas del cliente y los empleados del negocio.
- e) Capacidad para reducir el tiempo de ciclo de todas las actividades.
- f) Mejora la capacidad de integrar tareas, estructuras, procesos y sistemas con los aspectos técnicos, funcionales y culturales de la empresa.
- g) Capacidad de adaptarse a los cambios del mercado cuando sea necesario.
- h) Faculta a los integrantes de la empresa en todos los niveles para que éstos puedan actuar dentro de las áreas asignadas.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

El desarrollo de capacidades organizacionales, proporciona varios beneficios para los negocios, ya que además permite la asignación de los recursos dentro del negocio en función de las necesidades existentes basadas en el flujo de trabajo para crear valor para los clientes. La resolución de problemas constituye otro de los beneficios que implican situaciones en las que los gerentes deban desarrollar estrategias que le permita al negocio adaptarse a los cambios de modo que les permita incrementar sus niveles de competitividad (Hatun, 2009).

A través del desarrollo de las capacidades proporciona ventajas competitivas, una capacidad no debe ser ni tan simple ya que podría ser imitable, ni tan complejo que desafíe la gestión y el control interno. Las capacidades del negocio de crecer a través de su uso son fundamentales para su éxito.

Adopción tecnológica

La adopción tecnológica puede desarrollarse en base a los procesos internos, lo cual puede proporcionarle una serie de beneficios como se mencionó con antelación. Sin embargo, cuando se trata de la adaptación tecnológica en la pequeña empresa, en muchas ocasiones los propietarios a menudo pueden mostrarse reacios al cambio; puesto que, el proceso de adaptación involucra la necesidad de adaptarse a nuevos procesos, el cambio de comportamiento requiere es una gran razón por la que algunas empresas adoptan con éxito las TIC más allá de la utilización de correo electrónico o una página web.

(Rodríguez, 2011, pág. 76):

Se ha implementado una innovación tecnológica en productos y procesos si ha sido introducida en el mercado (innovación en producto) o usado en el proceso de producción (innovación en proceso). Las innovaciones tecnológicas en producto y proceso

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

incluyen una serie de actividades científicas, tecnológicas, organizacionales, financieras y comerciales.

La adopción de la tecnología, puede ajustarse a un modelo en donde se incorpora las teorías de consumo y comportamiento organizacional, el cual es desarrollado y probado para explorar los impactos directos e indirectos de los factores de gestión y factores externos en la implementación de tecnología como soporte para el desarrollo de los procesos internos. (Escorsa & Valls, 2009).

A través de la adopción de tecnologías de la información por los negocios, proporcionan resultados, puesto que, la mayoría de las empresas pueden obtener más beneficios de la agilidad y los aspectos en tiempo como la reducción de los recursos a través del intercambio y la consolidación de la información mediante la utilización de recursos tecnológicos.

Tecnologías (TIC)

Las Tecnologías de Información y Comunicación se refieren a las tecnologías que facilitan el acceso a la información a través de la implementación de las telecomunicaciones en diferentes campos, la cual se centra principalmente en las tecnologías de comunicación, lo cual incluye el Internet, las redes inalámbricas, los teléfonos celulares y otros medios de comunicación.

La importancia de comprender y aplicar las tecnologías de información y comunicación es fundamental para el desarrollo de las empresas en los mercados. Actualmente, las TIC se utilizan con mayor frecuencia para un sinnúmero de actividades; las tecnologías y la red, facilitan el almacenamiento de la información y de la comunidad virtual, lo cual representan una herramienta de gran potencial disponible para cualquier empresa que tiene la responsabilidad de organizar y gestionar los sistemas operativos.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Metodología

El desarrollo del presente trabajo, se basa en una investigación de campo, puesto que, resulta fundamental identificar las incidencias del problema de investigación identificado; de modo que se pueda obtener la información directamente de los involucrados, es decir, de los propietarios de las tiendas de abarrotes del norte de la Ciudad de Guayaquil, en donde se analizará el impacto de la adopción de las TIC en el desarrollo de las operaciones del negocio.

Mediante el desarrollo del trabajo se pretende proporcionar una solución al problema identificado, así como también se busca exponer los principales beneficios de la implementación de las TIC en los canales tradicionales. La investigación se fundamenta en la revisión bibliográfica para complementar y sustentar la información incluida, para lo cual fue necesario consultar conceptos de distintos autores para establecer una crítica de la literatura que permita exponer de forma más clara el tema (Gray, 2009). Se desarrolló un enfoque bibliográfico puesto que se consideró necesario consultar definiciones establecidas por varios autores de trabajos relacionados con la aplicación de las TIC en el manejo de negocios, así como también se consideró aspectos concernientes con el desarrollo de las capacidades organizacionales, desde esta perspectiva el enfoque bibliográfico proporciona un sustento a la información incluida en el documento.

El diseño de la investigación será descriptivo, para lo que se aplica un método cuantitativo. Se determina la necesidad de desarrollar un estudio descriptivo, ya que se busca conocer la percepción de los propietarios de las tiendas de abarrotes en relación a la aplicación de tecnología en el manejo de sus negocios; así como también, se busca analizar el impacto que tendría la

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

implementación de las TIC en estos canales de comercialización (Stern, El - Ansary, Coughlan, & Cruz, 2008).

La investigación es de índole descriptiva, debido a que además permitirá identificar por qué no se han implementado las TIC en los canales tradicionales, los resultados que se obtengan de la recolección de los datos podrán ser expresados de manera estadística para su posterior análisis.

Población y muestra

La población seleccionada para desarrollar el estudio son los propietarios de negocios pertenecientes a canales tradicionales, es decir, propietarios de tiendas de abarrotes. De acuerdo a los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), consta de 8,359 tiendas de abarrotes ubicadas en el norte de la Ciudad de Guayaquil. Para determinar la muestra se aplica la fórmula para población finita, la misma que dio como resultado la necesidad de desarrollar 367 encuestas; el tipo de muestreo aplicado será probabilístico.

Como instrumento de investigación se aplica la encuesta dirigida, para lo cual se determina como instrumento el cuestionar, el mismo que estará diseñado en con preguntas cerradas para facilitar su posterior tabulación (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012). Cabe mencionar que las preguntas estarán planteadas de modo que se pueda identificar los factores que han incidido en que las tiendas no hayan implementado las TIC en sus negocios, así como también se busca identificar la disponibilidad para implementar la tecnología a futuro. Para llevar a cabo la recolección de la información se deberá llevar a cabo un proceso que incluye acudir al sector norte de la Ciudad de Guayaquil para llevar a cabo las encuestas; una vez obtenida la información, será ingresada de manera ordenada en

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

un formulario de Microsoft Excel, en donde se presentarán con los respectivos gráficos estadísticos.

Se realizará el respectivo análisis y discusión de los resultados obtenidos, de modo que se pueda llegar a conclusiones finales que permitan esclarecer el problema y la posible solución del mismo.

Resultados

Para llevar a cabo el análisis de los resultados obtenidos de la investigación, es preciso señalar el enfoque que se le dará al mismo, puesto que el presente trabajo está orientado a analizar el impacto de la adopción tecnológica en el desempeño de los canales tradicionales, particularmente en tiendas de abarrotes del norte de la Ciudad de Guayaquil, sector en donde se desarrolló el estudio, en donde se hicieron una serie de preguntas a propietarios de estos negocios, pudiendo rescatar los resultados más relevantes que se mencionan a continuación:

¿Qué factores han impedido que se implementen las TIC en su negocio?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Desconocimiento	178	178	49%	49%
Falta de interés	83	261	23%	71%
Falta de recursos	99	360	27%	98%
Considera que no es necesario	2	362	1%	99%
Otros	5	367	1%	100%
Total	367		100%	

Tabla # 1: Factores que impiden la implementación de las TIC.

Nota. Fuente: Encuestas a propietarios de tiendas de abarrotes.

De acuerdo a lo indicado por la mayoría de los propietarios de las tiendas de abarrotes ubicadas en el norte de la Ciudad de Guayaquil, se puede identificar que uno de los principales factores que han impedido que los propietarios

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

implementen las TIC en sus negocios, se debe al nivel de desconocimiento, puesto que, existe la percepción de que solo las grandes empresas deben y pueden aplicar la tecnología en el desarrollo de sus operaciones; así como también, se pudo identificar que la falta de recursos es otro de los factores que han incidido en que la mayoría de los canales tradicionales no se hayan adaptado a las TIC.

Pese a los beneficios que proporciona la implementación de las TIC, como la optimización de procesos, reducción de la utilización de tiempo y recursos, los propietarios de tiendas de abarrotes aún no han buscado la oportunidad de empezar a utilizar la tecnología en sus respectivos negocios, como una herramienta de apoyo que les permita desarrollar de manera más eficiente las actividades internas del negocio.

Al consultar a los propietarios de tiendas de abarrotes sobre los posibles beneficios de la implementación de las TIC, se pudo identificar lo siguiente:

¿Cuáles considera que serían los beneficios que obtendría al implementar las TIC en su negocio?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Ahorro de tiempo	61	61	17%	17%
Ahorro de recursos	98	159	27%	43%
Desarrollo de ventaja competitiva	102	261	28%	71%
Mayor competitividad	65	326	18%	89%
Diferenciación	41	367	11%	100%
Total	367		100%	

Tabla # 2: Beneficios de las TIC

Nota. Fuente: Encuestas a propietarios de tiendas de abarrotes. Elaborado por: Adrián Wonsang

Según lo expresado por los encuestados, se pudo conocer que existe la percepción de que al implementar las TIC en sus negocios no solo les permitiría

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

desarrollar una ventaja competitiva, sino que además, les permitiría ahorrar tiempo en el desarrollo de las operaciones internas, así como también disminuir la utilización de recursos.

Desde esta perspectiva, se considera que el desarrollo tecnológico se encuentra estrechamente ligado con el desarrollo de las capacidades organizacionales, puesto que, la implementación de las TIC puede ser considerada como una estrategia para desarrollar las capacidades técnicas del negocio. Actualmente, factores como la elevada competencia que existe en el mercado, consumidores cada vez más exigentes y el desarrollo tecnológico, son aspectos que determinan la importancia de que los negocios puedan adaptarse a estos cambios con la finalidad de poder sobrevivir en el mercado y proporcionar una mayor satisfacción a los clientes.

Cuando se consultó a los propietarios de tiendas de abarrotes, sobre la necesidad de adaptar sus negocios la utilización de tecnología, se obtuvieron los resultados que se presentan a continuación:

¿Considera necesaria la implementación de las TIC en su negocio?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Total Acuerdo	239	239	65%	65%
Acuerdo	106	345	29%	94%
Ni acuerdo/ Ni desacuerdo	22	367	6%	100%
Desacuerdo	0	367	0%	100%
Total Desacuerdo	0	367	0%	100%
Total	367		100%	

Tabla # 3: Necesidad de implementar las TIC

Nota. Fuente: Encuestas a propietarios de tiendas de abarrotes. Elaborado por:

Adrián Wonsang

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Los resultados obtenidos permiten determinar que la mayoría de los propietarios de tiendas de abarrotes consideran necesaria la implementación de las TIC en su negocio, puesto que, están conscientes de los beneficios que les podría proporcionar, además del hecho de que su implementación contribuiría a la reducción de los costos variables, contribuyendo de esta manera a que se incrementen los niveles de competitividad de las mismas.

La adopción tecnológica en los canales tradicionales, puede constituir una oportunidad no solo para mejorar el desempeño del negocio, sino también para proporcionar una mejor experiencia al consumidor final, ya que, particularmente los negocios pertenecientes a estos canales son los que tienen una relación directa con el consumidor final.

Sin embargo, es necesario que se la adopción de la tecnología se desarrolle en base a un proceso sistemático, para evitar cualquier dificultad que se pudiera presentar, así como también es preciso que los propietarios de las tiendas de abarrotes se capaciten en cuanto a la utilización de las TIC de modo que la implementación de estas herramientas en sus negocios se desarrolle de manera adecuada y proporcione los resultados esperados.

Discusión

Los canales tradicionales, en particular las tiendas de abarrotes tienden a ser organizaciones planas, con poca jerarquía después del propietario, ya que menudo incluyen un personal distribuido en tiempo parcial, y los trabajadores de alta movilidad. En este ambiente, el cambio de comportamiento es normalmente percibido como un obstáculo para moverse rápidamente el cual ha sido uno de los principales factores que han incidido en que la mayoría de las tiendas de abarrotes

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

no hayan adoptado la tecnología como parte de sus procesos operativos. En resumen, las pequeñas empresas no han desarrollado hasta la actualidad una estructura formal que fomente un cambio en cuanto a la adaptación a las TIC que les permita mejorar la eficiencia operacional y consecuentemente mejorar la atención que se les proporciona a los consumidores.

El hecho es que las tiendas de abarrotes operan de manera diferente a las grandes empresas. A menudo es esta diferencia la que ofrece a las pequeñas empresas una ventaja estratégica sobre sus competidores más grandes, bien financiados. Sin embargo, generalmente cuando se trata de la adopción de tecnología, es preciso que los propietarios de negocios pertenecientes a canales tradicionales deban cambiar comportamiento de modo que les permita reflejar lo que las grandes empresas han instituido un proceso complejo y costoso de la adaptación a la tecnología. Para mejorar su negocio con la tecnología, las tiendas de abarrotes pueden aprender de lo que ha hecho que las redes sociales tan ampliamente aceptadas.

Se ha podido identificar que existe la necesidad y la disposición de los propietarios de tiendas de abarrotes de implementar las TIC, por lo que se puede vaticinar el desarrollo de este sector del mercado, lo cual a su vez incidirá en una mayor calidad del servicio que se proporciona y un mejor desempeño de los negocios.

La integración efectiva de la tecnología requiere que los propietarios de tiendas puedan capacitarse en cuanto los aspectos relacionados con la tecnología en el contexto de su negocio para que puedan adaptarse, reflexionar y modificar sus prácticas. Una implementación de tecnología es más exitosa cuando se arraiga

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

en la gestión y el desarrollo de los procesos internos del negocio, por consiguiente, la tecnología debe aplicarse de manera que apoyen el desarrollo de las actividades operacionales del negocio y el cumplimiento de los objetivos de la empresa, sino que también debe ser visto como una herramienta para ampliar las oportunidades de negocio más allá de lo que ya está previsto.

Sin embargo, es necesario considerar que una implementación de tecnología eficiente en el negocio debe llevarse a cabo considerando una serie de aspectos que involucra una formación eficaz y el apoyo técnico de expertos para la puesta en marcha de proceso de adaptación que le permitirá al negocio incrementar su competitividad en el mercado.

Conclusiones

La investigación realizada ha permitido determinar que el desconocimiento ha sido uno de los principales factores que han impedido que muchos negocios pertenecientes a canales tradicionales de comercialización hayan adoptado la tecnología en el desarrollo de sus procesos internos, sin embargo, mediante la revisión bibliográfica realizada se pudo identificar los beneficios de la aplicación de la tecnología en la gestión y operación de negocios, además constituye uno de los aspectos que pueden ser potencializados en lo que respecta a las capacidades organizacionales.

La implementación de la tecnología dentro de los negocios pertenecientes al canal tradicional puede llegar a simplificar el desarrollo de las operaciones internas del negocio, así como también puede contribuir a reducir los costes y el tiempo que incurre el desarrollo de ciertos procesos de comercialización.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Actualmente, se evidencia que cada vez se incrementa el número de negocios que buscan adaptarse a estos cambios en el mercado, ya que en lo que se refiere a los canales tradicionales existe una alta competencia y consecuentemente requiere que estos negocios busquen la forma de mantener un adecuado nivel competitivo.

Los propietarios de tiendas que fueron encuestados están conscientes de los beneficios que podrían obtener y la necesidad de adaptar sus negocios a los avances tecnológicos que existen sin embargo, requiere de mayor información sobre el proceso que deberían seguir para poder adaptarse eficientemente a estos cambios.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Bibliografía

- Alonso, J. (2011). *Comportamiento del Consumidor. Decisiones y estrategias de Marketing*. ESIC.
- Áñez, C., & Petit, E. (2010). Capacidad Organizacional en la implementación de sistemas computarizados. *Revista Venezolana de Gerencia*, 604-618.
- Bernal, M., & Villegas, L. (2008). *Problemas de la contratación moderna y la protección al consumidor en las Tecnologías de Información y Comunicación*. Bogotá: Universidad de Bogotá.
- Canals, J. (2001). La estrategia de empresa en la era de internet. *Nuevas Tecnologías ¿ Nueva Economía?*, 57-76.
- Cartaya, A. (2008). *Conferencia sobre gestión de los recursos humanos y nuevas formas de organización del trabajo*. Barcelona: Ingeniería Industrial.
- Dávila, J. (2010). *La doble dimensión de una capacidad organizacional: Evidencias de una organización sin ánimo de lucro que compite en el mercado*. Bogota: Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.
- Dávila, J. (2012). *Capacidades organizacionales: Dinámicas por naturaleza*. Bogotá: Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.
- Diario Hoy. (22 de abril de 2013). Diario Hoy. *El uso de las TIC en los negocios*, pág. 8.
- Escorsa, P., & Valls, J. (2009). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Univiversidad Politécnica de Catalunya.
- Figueroa, A. (2012). *The Alpha-Beta Method Scientific Rules for Economics and the Social Sciences*. Buenos Aires: Cengage Learning.
- Fonseca, D. (2009). *La prospectiva y el conocimiento de las TICs en las pymes del departamento de Boyacá (Colombia)*. Bogotá: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Garzón, M. (2009). *Modelo intraemprendedor para la innovación*. Bogotá: Universidad del Rosario.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

- Ghemawat, P. (2007). *Redefiniendo la Globalización*. Barcelona: Harvard Business School Press.
- Gray, D. (2009). *Doing Research in the Real World*. London: SAGE Publications.
- Hatum, A. (2009). *Alineando la Organización*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Hilbert, M., & Peres, W. (2009). *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe: Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo*. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (28 de julio de 2010). *INEC*. Recuperado el 1 de abril de 2014, de Censo Nacional Económico: <http://www.inec.gob.ec/cenec/>
- Lhermie, C., Miquel, S., Miquel, M., & Parra, F. (2009). *Distribución Comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Lusthaus, C. (2009). *Evaluación organizacional: Marco para mejorar el desempeño*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Más, A., & Fonet, E. (2004). *Vinculación de la gestión de información, el conocimiento y la tecnología con la planeación estratégica de la organización*. La Paz: Centro de Investigaciones y Servicios Ambientales y tecnológicos.
- McKinnon, R. (2009). *Una fuerza de trabajo que envejece y la gestión estratégica de los recursos humanos: los desafíos en materia de dotación de personal para las administraciones de la seguridad social*. Ginebra: Revista Internacional de Seguridad Social.
- Merino, C. (2009). *Inteligencia competitiva y PYMEs*. Bogotá: Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva.
- Muñoz, D. (2009). *Administración de operaciones. Enfoque de administración de procesos de negocios*. México, D.F.: Cengage Learning Editores.
- Parkin, M., & Loría, E. (2010). *Microeconomía, versión Latinoamérica*. México: Pearson.
- Rodríguez, J. (28 de 01 de 2011). *La dinámica de la innovación tecnológica. Modelo HIPER 666*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

IMPACTO DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DESEMPEÑO DE LOS CANALES TRADICIONALES EN LAS TIENDAS.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students*. Pearson.

Shiffman, L., & Lazar, L. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson.

Silva, S. (2009). *Cuantificación del Impacto de los procesos de negocio y de Tecnologías de Información, sobre las metas de utilidad*. Concepción: Universidad del Bío - Bío. Facultad de Ciencias Empresariales.

Stern, L., El - Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (2008). *Canales de comercialización*. México, D.F.: Pearson Educación.