

Innovaciones tecnológicas que interactúan en el mundo de los negocios internacionales aplicadas a las pymes del sector digital de la provincia de San José

María Paula Montano Chavarría¹, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología
2022

RESUMEN

La investigación se centra en las pymes del sector digital de la provincia de San José, y su interacción en el mundo de las negociaciones internacionales, en ella se expone distintos conceptos y hallazgos que facilitan la resiliencia en el mercado global por parte de las empresas, debido que a través de la adopción de los nuevos métodos digitales y transformaciones tecnológicas se logran mantener en el entorno de las actualizaciones requeridas, y así evidenciar su posicionamiento con un rango de competitividad y eficiencia alto.

El problema que se plantea en la investigación es: ¿Cuáles son los métodos utilizados de innovación tecnológica en el mundo de los negocios internacionales para la formulación de estrategias hacia las pymes de la provincia de San José enfocadas al sector digital? En relación con la metodología empleada, se caracteriza por ser de tipo descriptiva con un enfoque cualitativo, basado en un instrumento de investigación llamado cuestionario. Como parte de la técnica de recolección de datos se determina el uso de una encuesta aplicada a 59 personas del sector digital de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de San José.

Los resultados obtenidos revelan que la mayoría de las pymes operan bajo un modelo de tienda física, por lo que no se ha generado esa transición hacia la incursión en el comercio electrónico, además que se encuentran en la búsqueda de métodos adaptativos que permitan incorporarse al mundo de la innovación tecnológica, con finalidades de crear vínculos estratégicos con mercados fuertes y llamativos a la inversión económica, agregado a esto; el uso de las herramientas propuestas por las plataformas digitales y los segmentos de mediación para

¹ María Paula Montano Chavarría. Bachiller en Relaciones Internacionales de la Universidad Internacional de las Américas. Optando por la licenciatura en Negocios Internacionales en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Correo electrónico: mmontanoc666@ulacit.ed.cr,

consolidarse, actualizarse y fusionarse para competir a una escala mundial dentro del comercio electrónico.

Palabras clave: pymes, negocios internacionales, digitalización, innovación tecnológica, comercio electrónico.

ABSTRACT

The research is aimed at SMEs in the digital sector of the province of San José, and their interaction in the world of international negotiations, it exposes different concepts and findings that facilitate resilience in the global market by companies. , due to the fact that through the adoption of new digital methods and technological transformations, they are able to maintain the required updates in the environment, and thus demonstrate their position with a high range of competitiveness and efficiency.

The problem that arises in the research is: What are the methods used for technological innovation in the world of international business for the formulation of strategies towards SMEs in the province of San José focused on the digital sector? In relation to the methodology used, it is characterized by being descriptive with a qualitative approach, based on a research instrument called a questionnaire, as part of the data collection technique, the use of the survey is determined, the same applied to 59 people from the digital sector of small and medium-sized companies in the province of San José.

On the part of the results obtained, these reveal that the majority of SMEs operate under a physical store model, so that transition towards the incursion of electronic commerce has not been generated, in addition to the fact that they are in search of adaptive methods that allow joining the world of technological innovation, with the purpose of creating strategic links with strong and attractive markets for economic investment, added to this; the use of the tools proposed by digital platforms and mediation segments to consolidate, update and merge to compete on a global scale within electronic commerce.

Key words: SMEs, international business, digitization, technological innovation, electronic commerce.

Introducción

En la actualidad la presencia de la innovación tecnológica se observa en distintas áreas aplicadas a los negocios internacionales, la capacidad de crear mecanismos de comunicación, planificación o ejecución es mayor, es la principal meta de las empresas para ingresar a competir en el mercado global. Para la Dirección y Gestión de Negocios Globales (2019), “la tecnología en los negocios globales se ha vuelto en una necesidad que viene incrementándose en estos tiempos. La innovación es algo que requieren las empresas y de no aplicar las tendencias tecnológicas no podrían crecer progresivamente”. (párr.1)

En la línea de investigación se hace referencia a las innovaciones tecnológicas dentro del mundo de los negocios internacionales para su aplicación en las pymes del sector digital de la provincia de San José, por lo que es determinante describir las formas de innovar por parte de las empresas para ingresar en el mundo competitivo y alcanzar sus objetivos. Los negocios internacionales son muy amplios, pero tienen la particularidad de desarrollarse en distintos enfoques, por ende, los avances tecnológicos son vitales para incursionar en ello.

Considerando lo anterior, este trabajo se basa en las implicaciones tecnológicas dentro del mundo de los negocios por parte de las pymes del sector digital, con el fin de evidenciar mecanismos implantados para ingresar en el ámbito internacional. “El sector de tecnologías digitales está conformado por empresas desarrolladoras de software, multimedia digital, audiovisuales, comercio electrónico, e-learning, tecnologías de la información, telecomunicaciones y redes, comercialización de tecnologías digitales y manufactura de componentes digitales”. (Ministerio de Ciencia Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica, 2019, párr.4)

El interés del proyecto es principalmente dirigido a las pymes de la provincia de San José enfocadas al sector digital, debido a que se encuentran inmersas en el mundo de las tecnologías de información (TIC) para involucrarse en el mercado global; por tal razón, es vital conocer los modelos que se utilizan internacionalmente para ser altamente competitivos, eficientes y por ende innovadores.

Además, “espacios en línea para impulsar la comercialización de sus bienes o servicios, también se capacitaron en el uso de herramientas que les permitan realizar un análisis del mercado local, así como de otros mercados internacionales, en aras de mejorar su

posicionamiento en la web” (Pérez, 2021, párr.3). Lo anterior respalda los beneficios de la investigación, es importante recalcar que también se buscan nuevas ideas que contribuyan con el crecimiento de las empresas del sector digital de la provincia josefina dentro del mundo de la innovación tecnológica global.

En relación con los aportes que ofrece esta investigación, se busca demostrar los avances en el uso de las plataformas por parte de las pymes de la provincia de San José, además de proporcionar información de mecanismos utilizados en el exterior para su crecimiento, las herramientas para incursionar en el mundo de los negocios internacionales de una forma rápida, efectiva y clave en el sistema de mercado; por ende, se obtendrán parámetros precisos desde la perspectiva global hacia la visión local.

Considerando que, “la provincia donde se genera mayor empleo PYMES es San José con un 49.4%” (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2022, párr.9), se formula la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los métodos de innovación tecnológica en el mundo de los negocios internacionales son utilizados para la formulación de estrategias para las pymes enfocadas al sector digital de la provincia de San José?

El objetivo general de la investigación establece analizar los métodos de innovación tecnológica en el mundo de los negocios internacionales utilizados para la formulación de estrategias hacia las pymes enfocadas al sector digital de la provincia de San José

Partiendo del objetivo general, se plantean tres objetivos específicos: describir el proceso de innovación tecnológica utilizado por las pymes del sector digital de la provincia de San José; determinar los comportamientos de los negocios internacionales enfocados a las pequeñas y medianas empresas del sector digital y finalmente, establecer propuestas de retroalimentación y aprendizaje para las pymes de la provincia de San José a partir de la innovación tecnológica dentro de los negocios internacionales.

Seguidamente, en el apartado de revisión bibliográfica se exponen conceptos claves, hallazgos y datos que sustentan la investigación para comprensión de los criterios de innovación tecnológica en el mundo global de los negocios, con un enfoque en pequeñas y medianas empresas del sector digital.

Revisión bibliográfica

Según Estrada *et al.* (2019), en el término de innovación tecnológica se muestra la tecnología como la herramienta fundamental en el mundo, es la principal fuente para la generación de las ideas y la aplicación de habilidades que tiene una organización para obtener la información útil y así poder compartirla con el exterior; generando un efecto de crecimiento en distintos sectores adjudicables; ampliando en el concepto desde una visión conceptualizada, Westreicher (2020) expone lo siguiente:

La innovación tecnológica es el cambio de índole técnico o científico que se introduce al bien o servicio que ofrece una empresa u organización, a los procesos que se desarrollan dentro de la misma. Esto, a fin de alcanzar mayor competitividad, es decir, este tipo de innovación corresponde a toda modificación tecnológica en el producto que ofrece la organización o dentro de sus procesos. Así, la idea de introducir este nuevo elemento es lograr mejores resultados. Una innovación tecnológica es un tipo de innovación relacionada únicamente con la tecnología. Es decir, no incluye, por ejemplo, aquellos nuevos incentivos no monetarios creados para que los empleados sean más eficientes (párr.1-3).

Asimismo, Cañete & Basco (2018), expresan una percepción global relacionada con la innovación tecnológica según la inversión de las naciones en este ámbito:

Los países que destinan un mayor porcentaje de su producto interno bruto (PIB) a “ciencia y tecnología” son los que más perciben la importancia de la innovación en la agenda para el desarrollo. En el mismo sentido, se observa una correlación positiva con los países que tienen mayor cantidad de investigadores por millón de habitantes. Es decir, cuanto mayor son los recursos destinados a la promoción de la ciencia y la tecnología, más importancia gana la innovación en la percepción de los ciudadanos (párr.5).

Es importante abordar la noción de los negocios internacionales, Zelada (2021) los define como “disciplina que se encarga de articular las relaciones de un país con el resto del mundo a

través de sus diferentes agentes económicos -empresas, personas y gobierno-, quienes realizan transacciones de bienes y servicios, transferencias de capital, recursos humanos, tecnología” (párr.3). A partir de la definición anterior, es determinante relacionar la disciplina de la tecnológica y la transformación digital, es decir, la innovación tecnológica dentro del mundo de los negocios internacionales. Para ello se sustenta a través de Melo (2018):

La tecnología en los negocios hizo posible que éstos lograran tener un mayor alcance en el mercado global. La globalización se ha llevado a cabo gracias a las maravillas de la tecnología. Cualquiera puede ahora hacer negocios en cualquier parte del mundo. La tecnología ha impulsado el desarrollo del comercio electrónico, que ha traído nuevas dinámicas a la globalización de las empresas. La difusión de la tecnología de la información ha hecho que las redes de producción sean más baratas y fáciles y ha sido fundamental para la globalización económica. La alta velocidad de las comunicaciones globales también ha permitido el comercio y la colaboración en tiempo real y ha incrementado el comercio internacional (párr.11).

Por otro lado, el entorno actual de los negocios ha estado impulsado fuertemente por el desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación que se desarrollan como “los avances científicos producidos en el ámbito de la informática y de las telecomunicaciones, de ahí la importancia de la tecnología que accede al proceso de producción, interacción, tratamiento y comunicación de la información” (Cruz *et al.*, 2019, p.4). Por consiguiente, las tendencias en el mercado de las negociaciones dentro del comercio internacional han estado marcadas por un antes y un después de las herramientas aplicadas, lo que ha generado cadenas de valor y productividad entre las naciones para alcanzar una mayor accesibilidad hacia los servicios o bienes que se desean adquirir, pero que además se brinde mediante plataformas tecnológicas de calidad con eficiencia probada (Sánchez, 2020).

Tras correlacionar los conceptos primarios, es vital abarcar la población en la cual se encuentra enfocada la investigación. Según PYMES COSTA RICA (2022), “toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo

las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica” (párr1). Cabe mencionar que las pymes representan aproximadamente el 95% del total de empresas establecidas, por ende, su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) y a la generación de empleos a lo largo del territorio nacional. Sumado a esto la aportación a la distribución de bienes y servicios son evidentes para demostrar que benefician la economía costarricense y contribuyen con la empleabilidad de la población; sin embargo, sufren cambios según el entorno y las deficiencias que enfrenten tanto localmente como globalmente (Cousiño, 2020).

Lo mejor que han hecho los avances tecnológicos por la economía internacional es incluir a los emprendedores y las PYMES en esta dinámica del comercio exterior. Ahora están en posición de llevar sus soluciones a quienes las necesiten. Con la facilidad que les permiten para exponer sus bienes y servicios en otros mercados, aparte de ampliar su base de clientes, pueden liberarse de las presiones y vaivenes dentro de sus países y regiones. Con el simple hecho de tener acceso a internet, ya pueden establecer un sitio de comercio electrónico que los contacte con consumidores en todo el mundo, y los progresos en los servicios financieros, así como en la logística y el transporte, hace posible que la relación entre vendedores y compradores fluya sin contratiempos y la transacción comercial se ejecute rápidamente.

El punto clave para la contribución de las PYMES, así como de las naciones que se encuentran en desarrollo en la nueva dinámica comercial, es el contar con una infraestructura tanto física como tecnológica necesaria. Disponer de Internet de banda ancha es algo fundamental para que posibles clientes tengan acceso a los lugares virtuales de comercio electrónico (Pazmiño & Yagual, 2019, p.2-3).

En relación a las pymes del sector digital, se destaca a partir de Martínez *et al.* (2021), que “el mercadeo digital se enfoca en campañas digitales que brindan numerosos beneficios a un

número n de clientes con un solo clic, buscando efectividad y eficiencia en las operaciones comerciales” (p.3). También “el sector de tecnologías digitales está conformado por empresas desarrolladoras de software, multimedia digital, audiovisuales, comercio electrónico, e-learning, tecnologías de la información, telecomunicaciones y redes, comercialización de tecnologías digitales y manufactura de componentes digitales” (Ministerio de Ciencia Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica, 2019 párr.5). Por tal razón, facilitar la incorporación de las tecnológicas de información y la transformación digital a una empresa, ya sea pequeña o mediana, resulta de gran necesidad para abrirse a estrategias de negocios implantadas a nivel global, es decir, el uso de sitios web, redes sociales, plataformas de programación, equipos inteligentes en áreas de logística, etc., con esto se permite fijar objetivos claros, abarcar el público meta o poderlo segmentar y hasta realizar análisis rigurosos de sus ventas o plataformas de servicios con métodos simples, rápidos y eficientes (Vargas, 2021).

Dentro del problema de digitalización de las pymes, se demuestra por medio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (2022) lo siguiente:

Un reporte de Google Latinoamérica indica que 9 de cada 10 PYME carecen de presencia web mientras que casi un 80% de los consumidores acuden a internet para iniciar o finalizar su proceso de compra. En este sentido, la presencia de las PYME en el mundo digital se vuelve un imperativo que debe ser abordado desde la institucionalidad pública, con apoyo de la empresa privada (párr.1).

Para efectos del país costarricense, cabe mencionar que el 60% de las empresas que son pymes se encuentran generando alrededor del 70% de los empleos de manera formal, les resulta un reto digitalizarse para ser más competitivas debido a que resulta sumamente complejo adquirir los servicios tecnológicos y la capacitación previa para ser ejecutada, además es determinante indagar sobre métodos o herramientas utilizadas por otras naciones para ingresar ágilmente al mundo digital y así continuar aportando a la economía local (López, 2021). Es vital destacar que en conjunto con el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT), el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se utilizó una herramienta de chequeo digital hacia las empresas costarricenses, donde solo el 40% de las empresas nacionales cuentan con nivel inicial de adopción

tecnológica y habilidades digitales, siendo la capital del país donde mejor se desempeñan en parámetros como: liderazgo, organización y comunicaciones, productos e innovación, datos analíticos, estrategia y madurez digital (Murillo, 2021).

Posteriormente de la revisión bibliográfica donde se detallan conceptos, parámetros y datos claves para la comprensión de la investigación y un mayor entendimiento del enfoque que se desea transmitir, se procede a la sección de la metodología donde se encuentran los detalles relacionados con el tipo de investigación, enfoque, población, muestra y su respectivo instrumento de recolección de datos para respaldar la situación de las pymes del sector digital de la provincia de San José ante la innovación tecnológica dentro del mundo de los negocios internacionales.

Metodología

Se utiliza el tipo de investigación descriptiva con el fin de analizar los métodos utilizados desde una perspectiva de la innovación tecnológica vinculada a los negocios internacionales para formular estrategias hacia las pymes del sector digital de la provincia de San José. Desde la visión de Vásquez (2016), “sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos” (p.1). Siempre a partir de un enfoque donde se obtengan conclusiones de una persona, grupo específico o población actual.

El enfoque de la investigación es de carácter cualitativo. De acuerdo con Blasco & Pérez (2007), “la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (párr.1). La recolección de información se basa en instrumentos como: entrevistas, cuestionarios, observaciones, historias de vida, en el cual se relatan realidades o situaciones de los participantes.

La población de la presente investigación es finita. Según López (2019), “es aquella en la que el número de valores que la componen tiene un fin”. (párr.5). Por consiguiente, la población está conformada por un 12% de la oferta del sector digital, es decir, aproximadamente 450 empresas en el país costarricense (CAMTIC, 2019).

El tipo de muestreo utilizado es no probabilístico de conveniencia, esto lo explica Ochoa (2015) al decir que es, “cuando no tenemos acceso a una lista completa de los individuos que forman la población

(marco muestra) y, por lo tanto, no conocemos la probabilidad de que cada individuo sea seleccionado para la muestra” (párr.1). Tomando en cuenta lo anterior, respaldado con una población de 450 de empresas del sector digital en Costa Rica, se determina a partir de la fórmula empleada para la obtención de la muestra, mediante 90% de confianza, heterogeneidad de 50% y margen de error del 10%, la muestra indicada de la investigación es de 59 personas que pertenecen a las pymes del sector digital de la provincia de San José.

En relación con el instrumento de recolección de datos se ejecuta por medio de la aplicación de un cuestionario. Reos (2021), “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (párr.1). Para la técnica empleada, será una encuesta, expresa García (2003), “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” (p.8).

En el apartado a continuación, que se define como el análisis de los resultados, se expone la información obtenida (hallazgos, datos, perspectivas), a través de las herramientas metodológicas estipuladas, además con la aplicación de una encuesta para medir los métodos utilizados por parte de las pymes de la provincia de San José del sector digital, para formular estrategias dentro de la innovación tecnológica y las negociaciones internacionales.

Análisis de resultados

En esta sección se ilustra los resultados obtenidos por medio de la técnica aplicada para la recolección de los datos, en este caso la encuesta. La misma fue aplicada a 59 personas del sector digital de la provincia de San José, con preguntas generadas a partir de los objetivos específicos de la presente investigación. Los resultados recopilados se expresan a través de distintos gráficos, con la finalidad de hacer más fácil la comprensión de las respuestas otorgadas por las pymes del sector digital de la provincia central en relación con la innovación tecnológica dentro del mundo de los negocios internacionales.

Para el análisis del primer objetivo específico, el cual hace referencia a *describir el proceso de innovación tecnológica utilizado por las pymes del sector digital de la provincia de San José*. Se exponen los resultados a continuación:

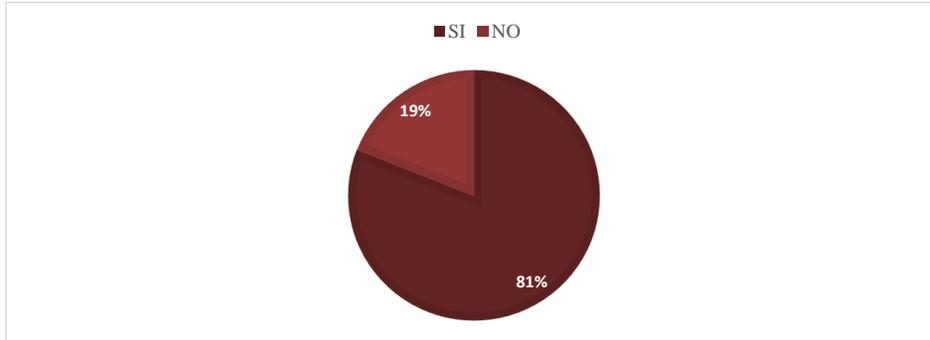


Gráfico 1. Conocimiento del término innovación tecnológica.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

El conocimiento total del término innovación tecnológica se ve representado mayormente. Las empresas del sector encuestado se encuentran inmersas en el mundo digital, por lo que conocer el vocablo es determinante debido a que es la base central para generar interacción en el mundo de los negocios internacionales vinculado a la tecnología, el porcentaje restante sin duda alguna, requiere de capacitación para involucrarse en la realidad que viven las demás empresas del área ya mencionada.

Por tal razón, se hace referencia a que la innovación, “es un elemento central en la estrategia de desarrollo de los países. Esta es definida como un proceso dinámico de interacción que une agentes que trabajan guiados por incentivos de mercado y otras instituciones que actúan de acuerdo a estrategias y reglas” (CEPAL, 2016, párr.2). Las empresas del sector digital tienen la responsabilidad de transmitir a sus colaboradores la conceptualización a cabalidad.

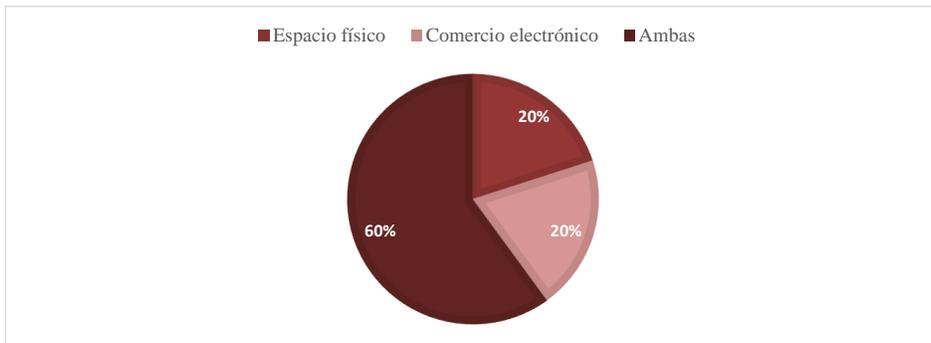


Gráfico 2. Modelo de operación de la pyme.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Ante la interrogante, las pymes del sector digital optan por mantener su modelo de operación de tienda tradicional, es decir, espacio físico, con la especificación de la misma cantidad de empresas que se desenvuelven bajo el comercio electrónico únicamente, o mixto, la mezcla de ambos modelos; aunque pertenecen a un sector digital donde prevalecen los mecanismos para interactuar de manera virtual, las empresas de esta área de la provincia de San José prefieren mantenerse operando físicamente. Claro está que, aunque representen empresas digitalizadas aun la mayoría no han dado el paso de innovar y adentrarse al mundo del comercio electrónico.

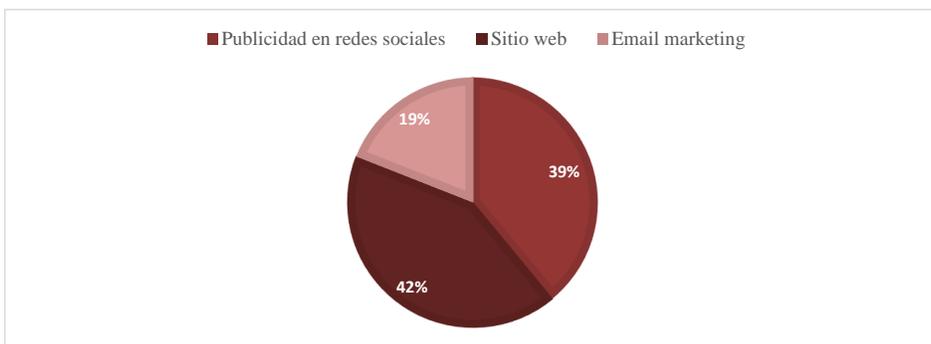


Gráfico 3. Proceso digital mayormente utilizado por la pyme.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Los procesos digitales actualmente son sumamente importantes debido a que facilitan la comunicación e interacción con los consumidores, a nivel de resultados se evidencia que la publicidad en redes sociales es la más utilizada por las empresas, no muy lejos del uso del sitio web oficial y un restante que le apuesta a la técnica de email marketing para posicionarse en el mercado.

Según datos de Castro (2021) “91% de las empresas utilizan las redes sociales para hacer marketing de contenido, el 50% de las empresas que utilizan redes sociales, dicen que han ayudado a que sus ventas se incrementen” (párr.3). Es evidente que, como se muestra en el gráfico 3, las empresas apuestan al uso de redes sociales, debido a que pueden generar contenido fácilmente, a un bajo costo, logran captar nuevos clientes y por supuesto les permite crecer cada vez que aumenten sus seguidores y presencia en las plataformas digitales.

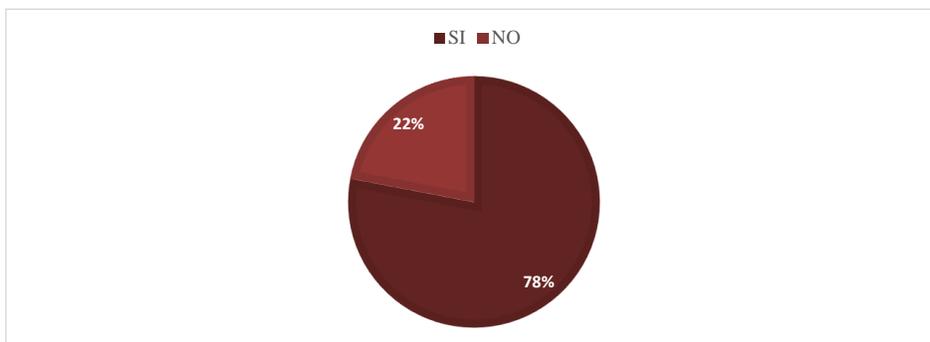


Gráfico 4. Familiarización con las técnicas de *marketing* digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

El *marketing* digital en el contexto global se basa en técnicas tanto publicitarias como de promoción, adopción y ejecución dentro de las plataformas tecnológicas utilizadas. Ante la interrogante que se muestra en el gráfico 4 se denota la familiarización por parte de los encuestados con ellas, donde se representa mayormente que sí conocen las técnicas empleadas por sus empresas, estar en contacto con el mundo digital y como se desenvuelve resulta ser un factor positivo para las entidades de dicho medio, ya que conocer los métodos permite ejecutarlos y adaptarlos a los modelos que usan para lograr captar la atención del consumidor.

En cuanto a la recopilación de resultados para el segundo objetivo específico, el cual se expresa de la siguiente forma, *determinar los comportamientos de los negocios internacionales enfocado a las pequeñas y medianas empresas del sector digital*. Los hallazgos se exponen a continuación:

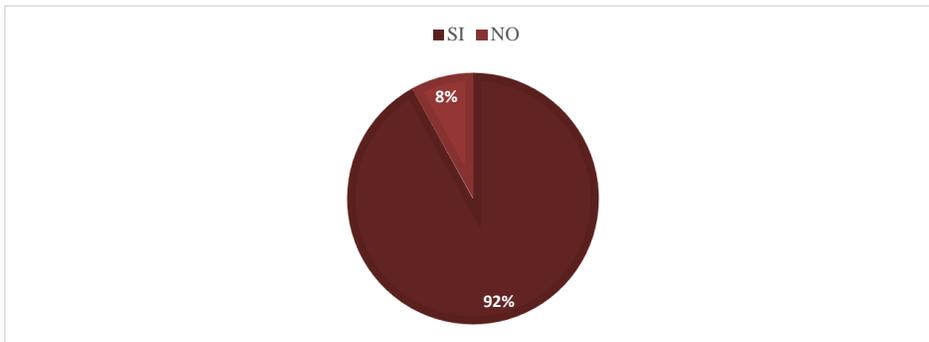


Gráfico 5. Criterio de la adopción tecnológica

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

La adopción tecnológica dentro de la ejecución de la empresa es parte de ese crecimiento a nivel digital que se espera para incursionar dentro del mundo de las negociaciones globales, y por supuesto su ingreso a la competitividad a un nivel alto, el 92% de las personas encuestadas creen en la inserción de la misma debido a que provoca un impacto real para las pymes, “la inversión en infraestructura tecnológica también contribuye a mejorar la forma en que es percibida la empresa tanto por parte de los clientes como por otras PYMES en la industria” (Castro, 2021, párr.6). Esto no solo genera ser mayormente competitiva, sino que al nivel de muchos de sus competidores e incluso hasta superarlos, desde un mercado nacional aun dentro del contexto global.



Gráfico 6. Búsqueda de las pymes hacia los comportamientos de la innovación tecnológica.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Los comportamientos que se utilizan dentro de la innovación tecnológica para su posicionamiento resultan ser un eje prioritario para alcanzar el éxito, la interrogante presenta tres particularidades, el porcentaje más alto (49%) se basa en la contratación de soporte operativo para la gestión de la redes sociales y el sitio web, siendo este el más importante para los encuestados, debido a que en el mundo actual el comercio electrónico ha dado un salto importante y se adapta a las técnicas de atracción por medio de ambos mecanismos. Posteriormente, la publicidad bien dirigida, es decir la estrategia de alcance y su público meta, va muy de la mano con la anterior, ya que se da por medio de las plataformas digitales para generar ese impacto de captación de clientes, y finalmente responden hacia la inversión de equipos de alta tecnología, principalmente desde el punto de vista económico. El invertir en equipos genera un mayor gasto; mientras que la utilización de mediación y plataformas tecnológicas es rentable, eficaz y con un amplio alcance.

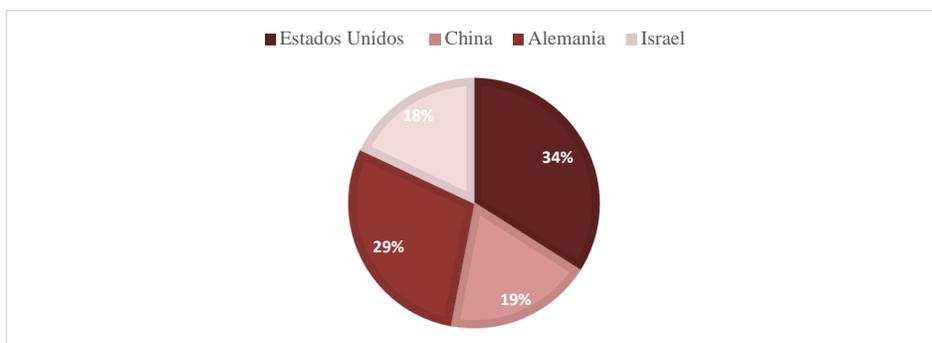


Gráfico 7. Mercados para oportunidad de crecimiento digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Los mercados globales con los que las pymes generan una mejor orientación para formular negociaciones en el contexto del crecimiento global surgen como una pregunta clave para la investigación, con diversidad de respuestas. El mercado estadounidense surge como el favorito para involucrarse en la innovación tecnológica. Lujan (2020), explica; “Estados Unidos se encuentra entre los países que lideran las innovaciones en el mundo” (párr.1). Posteriormente, se muestran el mercado chino, que es uno de los mercados con mayor presencia tecnológica y caracterizada por innovar a gran escala, seguido por Alemania e Israel. En dicha encuesta Estados Unidos se mantiene como la principal tendencia de crecimiento digital para las pymes del sector de la provincia de San José.

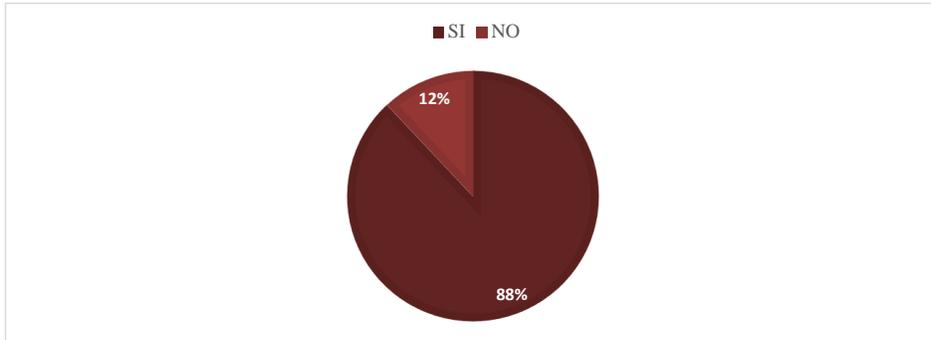


Gráfico 8. Comportamientos globales.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Tras el sondeo, se manifiesta la opinión sobre los comportamientos globales, ya sean positivos o negativos que llegan a instaurarse en la empresa. Por un amplio margen, los encuestados responden que sí afectan, independientemente del mecanismo, esto debido al estar vinculados los mercados, las tendencias, las redes sociales y los comercios, los cuales tienen injerencia dentro de los factores tanto externos como internos en el mundo tecnológico, cuando sucede un hallazgo importante, un deterioro o crecimiento a nivel económico, cuando se da el incremento de publicidad en una red social, o hasta el surgimiento de nuevos mecanismos, es cuando estas conductas comienzan a entrar en vigor para las pymes.

En el caso del tercer objetivo específico, se busca *establecer propuestas de retroalimentación y aprendizaje para las pymes de la provincia de San José a partir de la innovación tecnológica dentro de los negocios internacionales*. Seguidamente se muestran los datos recolectados:

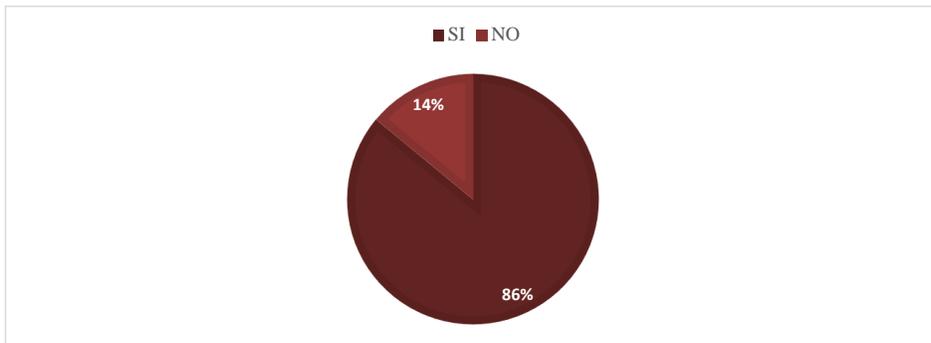


Gráfico 9. Utilización de procesos de capacitación para la innovación y negociación digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Los procedimientos de capacitación en el ámbito de adopción tecnológica e innovación en sus negocios periódicamente es sin duda una incógnita precisa que deben subsanar las empresas del sector digital, la mayoría responde con un “si”; es decir sí creen en capacitarse para alcanzar con éxito sus objetivos en dicha materia, sí creen en que deben conocer a mayor escala el mundo de negociaciones digitales, cómo otras empresas en distintos mercados se desenvuelve, cómo adoptan las tendencias de las plataformas digitales para su beneficio, y así consolidarse como una pequeña o mediana empresa que le apuesta al conocimiento y la educación en su área.

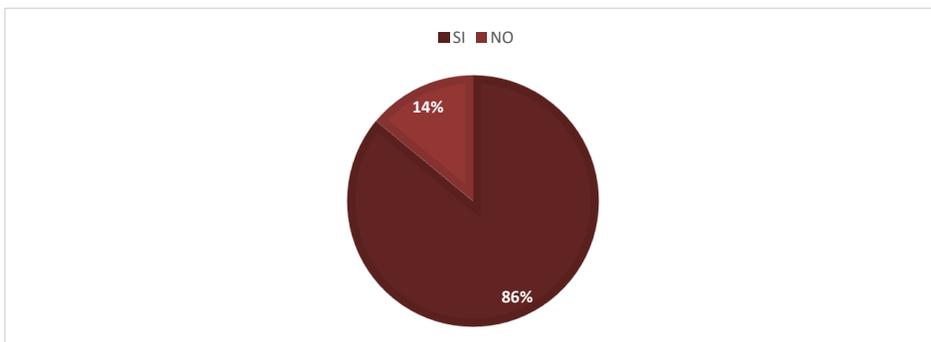


Gráfico 10. Retroalimentación de las plataformas digitales.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

De la mano con lo anterior; se hace referencia a si es importante la retroalimentación por medio de las distintas plataformas proporcionadas por las compañías por parte de sus clientes. El 86% de los encuestados cree importante que exista esa comunicación entre el proveedor-consumidor. Higuera (2018) menciona “este cambio de comportamiento está relacionado con las nuevas posibilidades de interacción ofrecidas en Internet. Independientemente del ambiente en el que están, las personas pueden desempeñar un papel más activo en los diálogos establecidos en línea” (párr.2), lo que representa una oportunidad de mejora en aspectos de sus procesos internos y lograr consolidar una relación con el cliente aumentando el nivel de satisfacción con el consumo final.



Gráfico 11. Oportunidad de mejora en el ámbito de la innovación digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Respecto a si la innovación tecnológica puede hacer crecer a una empresa, los encuestados se inclinan mayormente por las capacitaciones, charlas, *webinars* relacionados al mundo digital; es decir, existe un enfoque que impulsa las mejoras a nivel de conocimiento y capacitación para las pymes, “debe ser pilar para las pymes, ya que permitirá que las personas que forman las empresas cuenten con las competencias necesarias para que la empresa sea más productiva. Una empresa que capacita a su personal, cuenta con conocimientos actualizados a disposición no solo al interior de la empresa, sino que también impacta

favorablemente a su entorno” (Ramos, 2017, párr.8). En cuanto a su deseo de ingresar al comercio electrónico siendo más competitivos, efectivos y capaces de dar soluciones rápidas a sus usuarios, también se mencionan campos como mejoras en equipos de alta gama, que los sitios web estén completamente actualizados y mecanismos de publicidad.

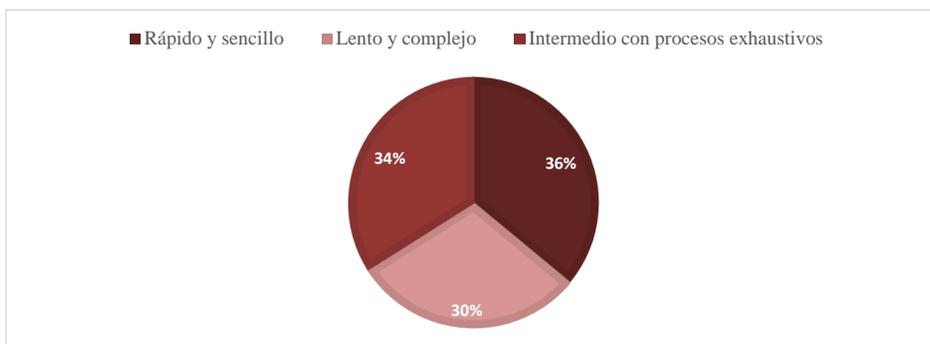


Gráfico 12. Adopción de las nuevas técnicas digitales.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

La adopción de las nuevas técnicas digitales se puede distinguir por intervalos de tiempo y ejecución, a partir de la interrogante se obtienen resultados ajustados, es decir, no existe un gran margen entre las propuestas. Inicialmente y con un mayor porcentaje se destaca que, la adaptación es rápida y sencilla por parte de las pymes para incursionar en los negocios, justificado por “la transformación digital transforma los procesos, lo que hace que sea más rápido y más confiable concentrarse en lo que se debe hacer en lugar de quedar atrapado en el esfuerzo de obtener los procesos correctos” (PowerData, 2022, p.3). Por otro lado, se mencionan también dos factores con un porcentaje muy cercano, el cual se refiere al tiempo intermedio con procesos exhaustivos y finalmente lentos con complejidad.

Seguidamente, se expone la sección de conclusiones y recomendaciones con la recapitulación de los datos obtenidos a partir de los objetivos específicos establecidos en la investigación, así como las sugerencias fundamentadas a partir de los mismos, vinculadas a las estrategias de innovación tecnológica de las pymes del sector digital de la provincia de San José.

Conclusiones y recomendaciones

El protagonismo de las pymes del sector digital de la provincia de San José, desempeñan un papel importante dentro de la economía, debido a la reactivación y creación de fuentes de empleo; son partícipes del avance tecnológico que se está impulsando actualmente en el país. Como conclusión para el objetivo específico 1, el cual hace referencia a *describir el proceso de innovación tecnológica utilizado por las pymes de la provincia de San José del sector digital*, se destaca que la mayoría de empresas operan principalmente bajo el modelo tradicional; es decir, espacio físico, utilizando las redes sociales como herramienta de *marketing* y atracción de clientes.

Se recomienda que aprovechen las plataformas digitales, como el comercio electrónico y las redes sociales para potencializar el alcance de su público meta y posicionamiento de marca, debido a que se ha explorado mayormente el entorno clásico, entendido como la operación física de sus funciones. Esto con el fin de que las representadas logren alcanzar sus estrategias de mercado, y así superar en ventas a las de su competencia.

Para el objetivo 2, que se refiere a *determinar los comportamientos de los negocios internacionales enfocados a las pequeñas y medianas empresas del sector digital*, se concluye que la adopción tecnológica es importante para el crecimiento de las acciones que se desarrollan en el sector digital, tanto así que se ha optado por un soporte operativo a nivel de redes sociales y sitio web, tomando en cuenta que la digitalización realiza nodos a escala internacional vinculados a los comportamientos globales, destacando que el mercado meta y con mayor oportunidad es el estadounidense.

Se insta a las compañías a incorporarse a nuevos mercados, y no solo a aprovechar el mercado antes mencionado, ya que existen otros panoramas con un fuerte potencial tecnológico e incentivos en inversión, de los más reconocidos a nivel mundial como China, Alemania e Israel, con la intención de que se implementen las relaciones de oferta y demanda con otros países.

Para el objetivo 3 relacionado con *establecer propuestas de retroalimentación y aprendizaje hacia las pymes de la provincia de San José a partir de la innovación tecnológica dentro de los negocios internacionales*, se expone a modo de conclusión que es importante las opiniones de los clientes para mejorar la experiencia de compra en la adquisición del bien o servicio brindado por la empresa, agregado a esto la implementación de charlas, capacitaciones y *webinars* para adoptar las nuevas estrategias del mercado tecnológico a nivel global.



Se sugiere, indagar en las herramientas innovadoras que faciliten los métodos para capacitar el personal, con la finalidad de crear mayor interacción el mundo de los negocios, y así fortalecer los vínculos estratégicos con otras naciones que apunten hacia la nueva era digital.

Esta investigación se basa en concientizar a la población sobre la importancia del uso de las tecnologías en las pymes de la provincia de San José, por lo cual, se otorga la posibilidad de utilización de este trabajo de investigación como fuente de estudio y análisis para futuros proyectos de esta índole.

Referencias bibliográficas

- Blasco & Pérez. (2007). Enfoque cualitativo. *Eumed.net*. https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html#:~:text=4,3.2%20Enfoque%20cualitativo,acuerdo%20con%20las%20personas%20implicadas
- CAMTIC. (12 de noviembre de 2019). *Empresas vinculadas a la tecnología*. <https://www.camtic.org/actualidad-tic/56-empresas-ofrecen-tecnologias-vinculadas-a-la-industria-4-0-en-costa-rica-segun-estudio-de-procomer/>
- Cañete, N., Basco, A. (12 de junio de 2018). *¿Es la innovación un tema relevante para el desarrollo? Esto es lo que piensan los latinoamericanos*. BID. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-en-la-agenda-para-el-desarrollo/>
- Castro, J. (02 de septiembre de 2021). Importancia de la tecnología en las empresas. *Blog Corponet*. <https://blog.corponet.com/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento#:~:text=La%20tecnolog%C3%ADa%20en%20las%20empresas%20es%20un%20recurso%20fundamental%20para,y%20cobranza%20capacitaci%C3%B3n%20etc.>
- Castro, J. (2021). *¿Por qué son importantes las redes sociales en los negocios?*. *JorgeCastro*. <https://jorgecastro.mx/por-que-son-importantes-las-redes-sociales-en-los-negocios/#:~:text=91%25%20de%20las%20empresas%20utilizan,que%20sus%20ventas%20se%20incrementen.>
- CEPAL. (2016). *Desarrollo productivo y empresarial*. <https://www.cepal.org/es/c-cepal-naciones-unidas>
- Cousin, K. (2020). El surgimiento de las PYMES en Costa Rica desde una perspectiva histórica-económica. *Ciencias Sociales*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/45482/45616>
- Cruz Pérez, M.A., Pozo Vinueza, M.A., Aushay Yupangui, H.R. y Arias Parra, A.D. (2019). Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil. *e-Ciencias de la Información*. <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LasTecnologiasDeLaInformacionYLaComunicacionTICCom-7026210.pdf>

Dirección y Gestión de Negocios Globales. (2019). La importancia de la tecnología en los negocios globales. *Gerencia Pública*. Recuperado de <https://eiposgrado.edu.pe/blog/la-importancia-de-la-tecnologia-en-los-negocios-globales/>

Estrada, T, Coral, G, Cruz, M, et al. (2019). Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*. Vol., 24. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864011/29058864011.pdf>

García, F. (2003, mayo). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *El Servier*. Vol.31. p.8. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>

Guillermo Westreicher, 26 de mayo, 2020
Innovación tecnológica. Economipedia.com

Higuerey, E. (22 de julio de 2018). La importancia del feedback para el éxito de una empresa. *Rockcontent*. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-feedback/>

Leos, T. (31 de marzo de 2021). *¿Qué es el cuestionario en una investigación según autores?* [https://aleph.org.mx/que-es-el-cuestionario-en-una-investigacion-segun-autores#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Hern%C3%A1ndez%20Sampieri%20\(1997\)%2C,las%20actitudes%20de%20los%20profesores.](https://aleph.org.mx/que-es-el-cuestionario-en-una-investigacion-segun-autores#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Hern%C3%A1ndez%20Sampieri%20(1997)%2C,las%20actitudes%20de%20los%20profesores.)

Lopez, J. (09 de octubre, 2019) *Población estadística*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html#:~:text=Poblaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica%20finita%3A%20Es%20a%20quella.de%20una%20ciudad%20es%20finita.>

López, M. (25 de noviembre de 2021). Impulse la transformación digital de su pyme con acompañamiento personalizado de CAFSA. *La Republica.net*. <https://www.larepublica.net/noticia/impulse-la-transformacion-digital-de-su-pyme-con-acompanamiento-personalizado-de-cafsa>

Lujan, M. (07 de noviembre de 2020). El sistema de innovación de Estados Unidos. *Innovación para todos*. <https://innovaromorir.com/sistema-innovacion-estados-unidos/>

- Martínez, J., Pérez, A, Montoya, I. (2021). Adopción y utilización de aplicaciones de mercadeo digital en pymes exportadoras de Costa Rica: un análisis cualitativo. *TEC empresarial*. https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/5847/5596
- Melo, S. (5 de noviembre de 2018). *La importancia de la tecnología en los negocios (2021)*. DataScope. <https://datascope.io/es/blog/la-importancia-de-la-tecnologia-en-los-negocios/>
- Ministerio de Ciencia Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica. (2019). *12 pymes del sector digital fueron seleccionadas para impulsar sus modelos de negocio y fortalecer la innovación*. Recuperado de [https://guiasbus.us.es/bibliografiaycitas/apa#:~:text=Impreso%3A%20Apellido%2Fs%2C%20Iniciales,N%C3%BAmero\)%2C%20pp%2Dpp.](https://guiasbus.us.es/bibliografiaycitas/apa#:~:text=Impreso%3A%20Apellido%2Fs%2C%20Iniciales,N%C3%BAmero)%2C%20pp%2Dpp.)
- Ministerio de Ciencia Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica. (2 de mayo de 2019). *12 pymes del sector digital fueron seleccionadas para impulsar sus modelos de negocio y fortalecer la innovación*. https://www.micitt.go.cr/portaldos/index.php?option=com_content&view=article&id=10472:12
[-pymes-del-sector-digital-fueron-seleccionadas-para-impulsar-sus-modelos-de-negocio-y-fortalecer-la-innovacion&catid=40&Itemid=1917](https://pymes-del-sector-digital-fueron-seleccionadas-para-impulsar-sus-modelos-de-negocio-y-fortalecer-la-innovacion&catid=40&Itemid=1917)
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2022). *Aumento de la cantidad de microempresas en el país*. MEIC. Recuperado de <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/940/aumento-la-cantidad-de-microempresas-en-el-pais.php>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (Enero de 2022). *Plan de digitalización MIPYME*. Recuperado el 17 de febrero de 2022. <https://www.meic.go.cr/meic/web/141/pymes/guias/plan-de-digitalizacion-mipyme.php>
- Murillo, E. (4 de mayo de 2021). Estudio: 40% de las empresas costarricenses tienen poca madurez digital. *crhoy.com*. <https://www.crhoy.com/tecnologia/estudio-40-de-las-empresas-costarricenses-tiene-poca-madurez-digital/>
- Ochoa, C. (2015). Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia. *Netquest*. <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

- Pazmiño, P., Yagual, D. (2019, abril). *El comercio internacional y las nuevas tecnologías*. Recuperado de: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/145-Texto%20del%20art%C3%ADculo-470-2-10-20200115.pdf>
- Pérez, W. (2021). Programa MiPyme Digital apoya la reinención de las Pymes. *Elmundo.cr*. Recuperado de <https://www.elmundo.cr/economia-y-negocios/programa-mipyme-digital-apoya-la-reinencion-de-las-pymes/>
- PowerData. (2022). Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos. <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>
- PYMES DE COSTA RICA. (2022). *Conozca el Tamaño de su Empresa*. Recuperado el 17 de febrero de 2022. <https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>
- Ramos, K. (2017). La importancia de la capacitación en las PYMES. *Revista Consultoría*. <https://revistaconsultoria.com.mx/la-importancia-de-la-capacitacion-en-las-pymes/>
- Sánchez, J. (5 de febrero de 2020). Tendencias tecnológicas en el comercio internacional. *Pepper & Salt*. <https://pepperandsalt.mx/tendencias-tecnologicas-en-el-comercio-internacional/>
- Vargas, J. (2021). *La brecha y el desarrollo de las pymes en Latinoamérica*. Optando por diplomado en gerencia estratégica y transformación digital. Universidad Militar Nueva Granada.
- Vásquez, I. (2016, junio). Tipos de estudio y métodos de investigación. *Gestiopolis*. p.1. <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Zelada, E. (25 de enero de 2021). *Negocios internacionales: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? y ¿Para qué?*. UMA. <https://uma.edu.pe/negocios-internacionales-que-como-por-que-y-para-que/#:~:text=Se%20entiende%20por%20Negocios%20Internacionales,transferencias%20de%20capital%2C%20recursos%20humanos%2C>

Anexos

Anexo. 1 Encuesta

Encuesta dirigida a: personas que pertenezca a pequeñas y medianas empresas del sector digital de la provincia de San José.

Objetivo general del estudio: Analizar los métodos utilizados de innovación tecnológica en el mundo de los negocios internacionales para la formulación de estrategias hacia las pymes de la provincia de San José enfocadas al sector digital.

Tema de la investigación: Innovaciones tecnológicas que interactúan en el mundo de los negocios internacionales aplicadas a las pymes del sector digital de la provincia de San José.

Encabezado-presentación de la encuesta: en la presente encuesta se busca conocer la realidad de las pymes del sector digital de la provincia de San José, vinculado a la innovación tecnológica desde la perspectiva de los negocios internacionales.

La información será confidencial y utilizada para fines académicos.

Objetivo específico 1: Describir el proceso de innovación tecnológica utilizado por las pymes de la provincia de San José del sector digital.

1. ¿Conoce el término innovación tecnológica a cabalidad?
 - a. Sí
 - b. No
2. ¿Cómo opera la pyme en la que desenvuelve?
 - a. Espacio físico
 - b. Comercio electrónico
 - c. Ambas

3. Desde su punto de vista ¿Cuál proceso utiliza mayormente la empresa en la que usted labora?
 - a. Publicidad en redes sociales
 - b. Sitio web oficial
 - c. *Email marketing*

4. ¿Está usted familiarizado con las técnicas utilizadas del *marketing* digital a nivel global?
 - a. Sí
 - b. No

Objetivo específico 2: Determinar los comportamientos de los negocios internacionales enfocados en las pequeñas y medianas empresas del sector digital.

1. Según su criterio. ¿Cree que la adopción tecnológica dentro de los negocios internacionales tiene un impacto real en la ejecución digital de su empresa?
 - a. Sí
 - b. No

2. ¿Cuál comportamiento dentro de la innovación tecnología en el plano de la negociación, cree que una pyme del sector digital busca?
 - a. Contratación de soporte operativo para el uso de redes sociales y sitio web
 - b. Inversión en equipos de alta tecnología
 - c. Publicidad orientada, es decir, definición del público meta y estrategias de alcance

3. ¿Con cuál de los siguientes mercados, cree que su empresa puede tener una negociación orientada a la formulación de estrategias para el crecimiento digital de la pyme
4. ?
 - a. Estados Unidos
 - b. China
 - c. Alemania
 - d. Israel
5. ¿Cree que los comportamientos globales (ya sean positivos o negativos) pueden afectar su empresa?
 - a. Si
 - b. No

Objetivo específico 3: Establecer propuestas de retroalimentación y aprendizaje hacia las pymes de la provincia de San José a partir de la innovación tecnológica dentro de los negocios internacionales.

1. ¿Recomienda que la empresa utilice procesos de capacitación en el ámbito de innovación y negociación global periódicamente?
 - a. Sí
 - b. No

2. ¿Considera un buen hábito, realizar retroalimentación por medio de las plataformas digitales de la empresa por parte de los consumidores?
 - a. Sí
 - b. No

3. De acuerdo c su criterio. ¿en cuáles aspectos aplicados a la innovación digital puede mejorar su empresa?
 - a. Publicidad mejor redirigida
 - b. Equipos de alta gama
 - c. Capacitaciones, charlas, webinars sobre los métodos de innovación digital utilizados en el mundo
 - d. Una plataforma (sitio web) completo y actualizado

4. ¿Cómo cree que sería la adopción de nuevas técnicas digitales para la pyme dentro del contexto negociador global?
 - a. Rápido y sencillo
 - b. Lento y complejo
 - c. Intermedio con procesos exhaustivos

Perfil del encuestado

Edad:

- a. 18- 35

b. 36- 45

c. 46- 55

d. Mayor a 55

Género:

a. Mujer

b. Hombre

c. Otro

Nombre de la empresa a la que pertenece:

¿Área en la que labora?

Anexo 2. Resultados obtenidos de la encuesta

Objetivo específico 1: Describir el proceso de innovación tecnológica utilizado por las pymes de la provincia de San José del sector digital.

1. ¿Conoce el término innovación tecnológica a cabalidad?

59 respuestas

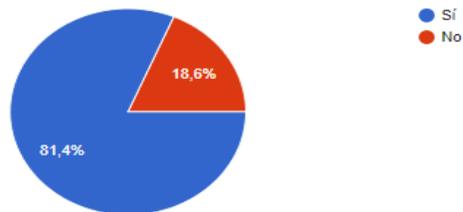
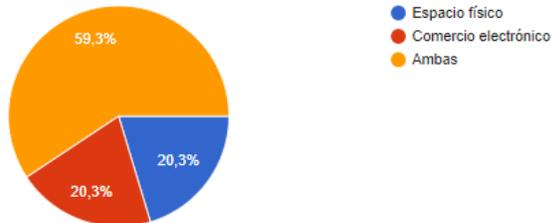


Gráfico 1. Conocimiento del término innovación tecnológica.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

2. ¿Cómo opera la PYME en la que desenvuelve?

59 respuestas



Comentado [DAM1]: pyme

Gráfico 2. Modelo de operación de las pymes.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las PYMES del sector digital de la provincia San José, 2022.

3. Desde su punto de vista ¿Cuál proceso utiliza mayormente la empresa en la que usted labora?

59 respuestas

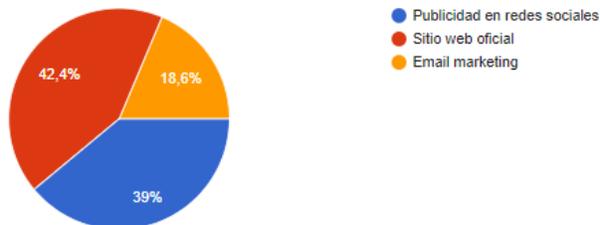
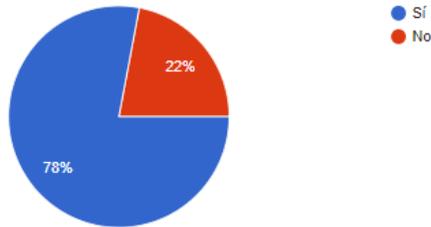


Gráfico 3. Proceso digital mayormente utilizado por la pyme.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

4. ¿Está usted familiarizado con las técnicas utilizadas del marketing digital a nivel global?

59 respuestas



Comentado [DAM2]: marketing en cursiva

Gráfico 4. Familiarización con las técnicas de *marketing* digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Objetivo específico 2: Determinar los comportamientos de los negocios internacionales enfocados en las pequeñas y medianas empresas del sector digital.

5. Según su criterio. ¿Cree que la adopción tecnológica dentro de los negocios internacionales tiene un impacto real en la ejecución digital de su empresa?

59 respuestas

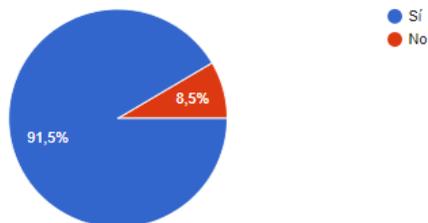


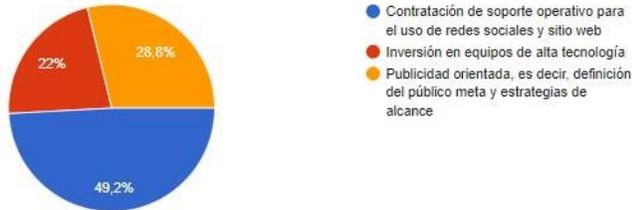
Gráfico 5. Criterio de la adopción tecnológica

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

6. ¿Cuál comportamiento dentro de la innovación tecnología en el plano de la negociación, cree que una PYME del sector digital busca?

 Copiar

59 respuestas



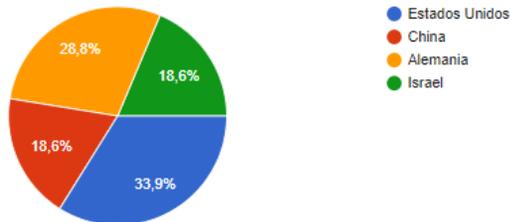
Comentado [DAM3]: pyme

Gráfico 6. Búsqueda de las pymes hacia los comportamientos de la innovación tecnológica.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

7. ¿Con cuál de los siguientes mercados, cree que su empresa puede tener una negociación orientada a la formulación de estrategias para el crecimiento digital de la PYME?

59 respuestas



Comentado [DAM4]: pyme

Gráfico 7. Mercados para oportunidad de crecimiento digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

8. ¿Cree que los comportamientos globales (ya sean positivos o negativos) pueden afectar su empresa?

59 respuestas

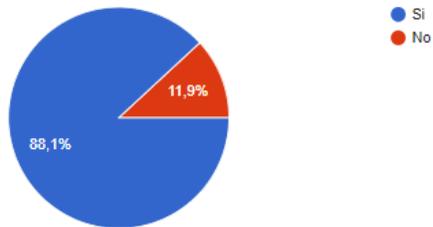


Gráfico 8. Comportamientos globales.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Objetivo específico 3: Establecer propuestas de retroalimentación y aprendizaje para las pymes de la provincia de San José a partir de la innovación tecnológica dentro de los negocios internacionales.

9. ¿Recomienda que la empresa utilice procesos de capacitación en el ámbito de innovación y negociación global periódicamente?

59 respuestas

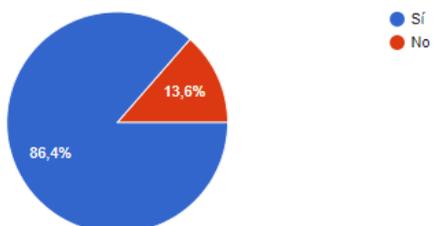
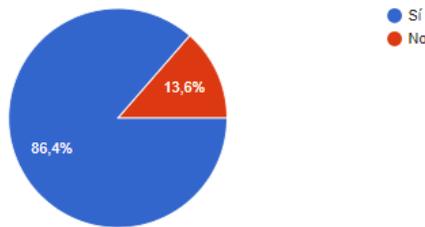


Gráfico 9. Utilización de procesos de capacitación para la innovación y negociación digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

10. ¿Considera un buen hábito, realizar retroalimentación por medio de las plataformas digitales de la empresa por parte de los consumidores?

59 respuestas



Comentado [DAM5]: considera Retroalimentación por parte de los consumidores a través de las plataformas digitales de la empresa?

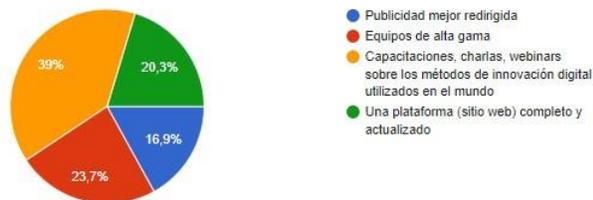
Gráfico 10. Retroalimentación de las plataformas digitales.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

11. De acuerdo a su criterio, ¿en cuales aspectos aplicados a la innovación digital puede mejorar su empresa?

 Copiar

59 respuestas



Comentado [DAM6]: De acuerdo con su criterio, ¿En cuáles...

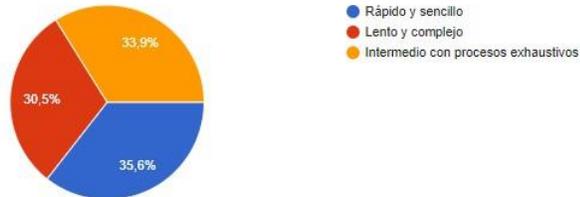
Gráfico 11. Oportunidad de mejora en el ámbito de la innovación digital.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

12. ¿Cómo cree que sería la adopción de nuevas técnicas digitales para la PYME dentro del contexto negociador global?

59 respuestas

 Copiar



Comentado [DAM7]: pyme

Gráfico 12. Adopción de las nuevas técnicas digitales.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Perfil de encuestado

Edad

59 respuestas

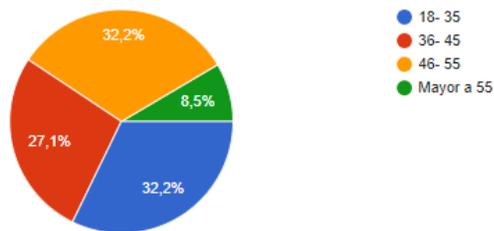


Gráfico 13. Edad de los encuestados.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Género

59 respuestas

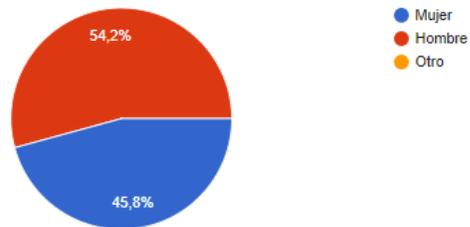


Gráfico 14. Género de los encuestados.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

Nombre de la empresa a la que pertenece

59 respuestas

 Copiar

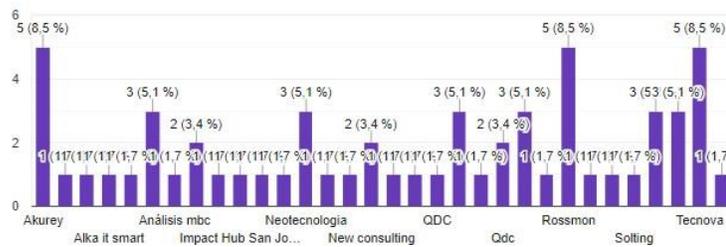


Gráfico 15. Empresa en la que laboran los encuestados.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.

¿Área en la que labora?

 Copiar

59 respuestas



Gráfico 16. Área en la que laboran los encuestados.

Fuente: Cuestionario sobre las innovaciones tecnológicas utilizadas por las pymes del sector digital de la provincia San José, 2022.