



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2567>

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján

Digital platforms and their impact on the sales of small business in the Digital platforms and their impact on the sales of Paján canton

Plataformas digitais e seu impacto nas vendas de pequenas empresas no cantão de Paján

Karina Lourdes Santistevan-Villacreses ^I
karina.santistevan@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3085-1151>

Sandy Briggette Sánchez-Chávez ^{II}
sanchez-sandy1929@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6673-554X>

Johanna Lissette Arias-Haro ^{III}
arias-johanna9805@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1685-6009>

Correspondencia: karina.santistevan@unesum.edu.ec

***Recibido:** 02 de enero 2022 ***Aceptado:** 27 de enero de 2022 *** Publicado:** 10 de febrero de 2022

- I. Magister en Docencia mención Gestión en Desarrollo del Currículo, Doctora en Administración, Diplomado en Autoevaluación y Acreditación Universitaria , Ingeniero Comercial, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- II. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- III. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

El presente trabajo de artículo científico tiene como tema principal Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján, antes del COVID-19 no eran muy utilizadas por que este trabajos se basa como objetivo analizar si las pequeñas empresas del cantón Paján utilizan las plataformas digitales para vender sus productos, su principal problemas es que los comerciantes desconocen el uso de las plataformas digitales. La metodología que se utilizó en esta investigación es documental se permitió buscar información, el método de observación se pudo interpretar los datos obtenidos de las encuestas. El resultado que se encontraron es que si utilizan las plataformas de las redes sociales, pero tienen desconocimiento del manejo de las aplicaciones, en conclusión estas herramientas ayudan que el producto sea conocido a muchos clientes, por lo que se sugiere capacitación para los comerciantes del catón Pajan.

Palabras clave: plataformas digitales; pequeñas empresas; e-commerce; ventas; redes sociales.

Abstract

The main topic of this scientific article work is Digital platforms and their impact on the sales of small companies in the Paján canton, before COVID-19 they were not widely used because this work is based on the objective of analyzing whether small companies in the Canton Paján use digital platforms to sell their products, their main problem is that merchants are unaware of the use of digital platforms. The methodology used in this research is documentary, it was allowed to search for information, the observation method could interpret the data obtained from the surveys. The result that was found is that if they use social media platforms, but are unfamiliar with the handling of applications, in conclusion these tools help the product to be known to many customers, so training is suggested for caton traders. Pajan.

Keywords: Digital platforms; small businesses; e-commerce; sales; social networks

Resumo

O tema principal deste trabalho de artigo científico são as plataformas digitais e seu impacto nas vendas de pequenas empresas no cantão de Paján, antes do COVID-19 elas não eram amplamente utilizadas porque este trabalho se baseia no objetivo de analisar se as pequenas empresas do cantão de Paján cantão O cantão de Paján usa plataformas digitais para vender seus produtos, seu principal

problema é que os comerciantes desconhecem o uso de plataformas digitais. A metodologia utilizada nesta pesquisa é documental, permitiu a busca de informações, o método de observação foi capaz de interpretar os dados obtidos nas pesquisas. O resultado encontrado é que se eles utilizam as plataformas de redes sociais, mas possuem desconhecimento do gerenciamento dos aplicativos, em conclusão essas ferramentas ajudam o produto a ser conhecido por muitos clientes, para o qual é sugerido treinamento para comerciantes de caton. .

Palavras-chave: plataformas digitais; pequenas empresas; comércio eletrônico; vendas; redes sociais.

Introducción

Anteriormente en el cantón Paján los comerciantes de las pequeñas empresas no utilizaban mucho las plataformas digitales, pero desde el 2020 las plataformas digitales han ido implementando en los negocios ya que el COVID – 19 muchas empresas fueron obligadas a cerrar, por lo que tuvieron que buscar nuevas estrategias para vender.

La problemática de esta investigación es que comerciantes del cantón Paján algunos desconocían el uso de estas plataformas y pocos no utilizan correctamente las estrategias de ventas en las plataformas digitales.

A nivel internacional las empresas enfrentaron muchos desafíos socio económico lo que ha sido impulsado hacia las tiendas digitales asociadas a la exportación y diversificación.

En Ecuador se ha ido incrementando el uso de esta tecnología como son las plataformas digitales permitiendo que las empresas formen parte de los nuevos cambios en los negocios con la finalidad que venda sus productos y así pueda obtener ganancias.

Actualmente en el cantón Paján los comerciantes de las pequeñas empresas, utilizan la plataforma de las redes sociales para vender sus productos como son Facebook, Instagram y WhatsApp pero esta red es un poco personal. Por lo que considera que Facebook es la herramienta principal que más utilizan para vender. En si lo que dificulta es que no cuentan con el conocimiento de cómo vender el producto es decir no saben utilizar correctamente esta herramienta valiosa para el negocio.

El objetivo principal de este trabajo investigativo es analizar si las pequeñas empresas del cantón Paján utilizan las plataformas digitales para vender sus productos.

Como hipótesis se permitirá mediante el análisis de las pequeñas empresas del cantón Paján conocer el uso de las plataformas digitales para vender sus productos.

Antecedentes

Desde hace muchos años el propósito de las plataformas digitales fueron creadas para el uso de la comunicación de los universitarios, con los avances de la tecnología se ha convertido en una herramienta de suma importancia para dar conocimiento de las bondades de los producto o servicio, logrando de esta manera despertar el interés de los clientes con finalidad que los bienes y servicios sean comprado.

Internacional

Según (Suominen, 2019) en su “libro titulado El comercio digital en América Latina” el comercio electrónico ha sido tradicionalmente impulsados por tiendas en línea, plataformas digitales asociada la exportación y diversificación de los mercados, con el objetivo de expandir las diferentes actividades mercantil para que los consumidores accedan a la variedad de los productos en el mercado, la metodología es de tipo cualitativo y el método aplicado fue a través de una encuestas concluye que la mayor parte de los negocios pequeños se encuentra digitalizadas para vender esta forma recomienda políticas que puedan trabajar juntas para potenciar las plataformas digitales.

Los autores (Katz, Jung, & Callorda, 2020) expresa en su artículo titulado “El estado de la digitalización en América Latina frente a la pandemia del COVID-19” que las empresas enfrenta el desafío socio económico mundial resaltando la importancia de las tecnologías digitales facilitando el funcionamiento de los sistemas económicos, el propósito es investigar la importancia de la digitalización y así mismo evaluar América Latina para enfrentar el desafío digital finalmente se adopta como medio de comunicación para realizar una venta, por otro lado el método aplicado es cualitativo y cuantitativo concluyendo que es preciso que las pequeñas empresas se adapten al desarrollo de las plataformas digitales y superar el aprovisionamiento.

Nacional

Los autores (Tello & Pineda , 2017) en su informe de titulación con el tema “Análisis de comercio electrónico en Ecuador” manifiesta la importancia de los cambios de la globalización relacionados con el desarrollo de la tecnología en especial a la implementación de las plataformas digitales, de esta manera permitirá nuevos cambios referente a los negocios además contribuyen al crecimiento económico en la cual tiene como objetivo proporcionar información interesante sobre la evolución de las plataformas digitales del Ecuador y así mismo los alcances para hacer negocios. De acuerdo a la técnica de investigación que se utilizaron es de método cualitativa, teóricos con análisis de información del estudio dando como como conclusión el uso de las plataformas digitales han

Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján

permitido el desarrollo de muchas empresas ayudando a su rentabilidad. Igualmente se ha verificado vender y comprar de una forma eficaz, por otra parte para el desarrollo de las pequeñas empresas es necesario integrar modelos y planes de negocios exitosos ya que es el primer canal de desarrollo comercial.

El autor (González, 2020) en su artículo titulado El impacto de e-commerce en las Pymes de la provincia de el Oro manifiesta que las pequeñas empresas ecuatorianas se adaptan a los nuevos cambios de la tecnología, de igual manera buscan medios de comunicación para vender su productos con el objetivo de incrementa sus ventas y grado de participación mercantil mediante las plataformas digitales. De este modo es factible para el comercio electrónico implicando una estrategia competitiva donde los productos y servicios se pueden obtener de diferentes precios y alternativas. La metodologías más utilizada es mediante el método cuantitativo en conclusión la plataforma de Facebook para promocionar productos o servicios y en segundo lugar la plataforma de YouTube, se puede determinar que las plataformas digitales se han convertido en una ventaja para realizar negocios en líneas permitido ofrecer los bienes y servicios a los posible clientes además recomienda que para emprender es fundamental plasmarse los emprendimiento mediante las plataformas.

Los autores (Iralda , Alvarado , & Mata , 2018) expresa en su artículo titulado “Análisis de la influencia de las redes sociales en lanzamientos de sus nuevos productos de las Pymes del cantón Naranjito”. En Ecuador las pequeñas empresas se dedican a la producción de bienes y servicios parte fundamental para el desarrollo de la economía del país, para que una empresa genere impacto en el mundo digital no es necesario ser grandes empresas ni tener inmensas cantidades de dinero. Actualmente las plataformas digitales se han convertido en el canal de ventas más efectivas, logrando como objetivo ofrecer y vender los productos o servicios método usado cualitativo y cuantitativo se concluye finalmente que las plataformas ayuda a promocionar un producto o servicio por lo tanto las empresas pequeña es necesario conocer las ventajas y desventajas antes de publicar los bienes o servicio.

Local

Los autores (Melo & Palacios, 2018) en su tesis titulado “Los comerciantes minoristas y su aporte al desarrollo económico del cantón Paján” esta investigación está encaminado en conocer la problemática de los comerciantes minoristas y determinar como objetivo general el aporte al desarrollo económico del cantón Paján, para esto se tomó en cuenta como base lo que manifiesta la ley de Defensa del Comerciante Minorista y Trabajo Autónomo y a su vez algunos artículos de las

Constitución del Ecuador los cuales indican los derechos y deberes que deben cumplir, el objetivo fue identificar cual es el modelo de gestión que utilizan los comerciantes minoristas para las ventas de sus productos, establecer cuál es el nivel de crecimiento económico de los comerciantes minorista del Cantón Paján y demostrar como el desarrollo económico del Cantón Paján logra a través de la asociatividad de los comerciantes minoristas. La metodología empleada fue de tipo no experimental acompañada por los métodos exploratorios, deductivo y analítico, así como de las técnicas de observación directa la cual estuvo presente en todo el desarrollo de la investigación, la encuesta, la misma que fue aplica a 42 comerciantes minoristas, quienes proporcionaron información primaria y con los resultados alcanzados se formuló las conclusiones Los comerciantes minoristas del mercado municipal en su mayoría son personas que no cuentan con un amplio conocimiento en lo que respecta a modelos de gestión o de negocios y recomendaciones Para mejorar las ventas de los comerciantes minorista del mercado municipal del Cantón Paján, sería fundamental brindar talleres y capacitaciones en temas como son: modelo de gestión comercial y modelo de gestión de calidad total, al implementar estos modelos de gestión aumentarían su cartera de cliente , las cuales sirvieron para planear una propuesta las cual servirá para capacitar a los comerciantes minoristas y así ellos mejoren su calidad de vida y a su vez fomentar el desarrollo económico y social del Cantón Paján.

Desarrollo

Según el autor (Giraldo, 2019) manifiesta que una plataformas digitales son soluciones online que posibilitan la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet. Crear una estrategia de marketing digital implicando una serie de detalles que debemos realizar y acompañar constantemente, con la intención de aumentar la presencia en línea. Algo que, sin las plataformas digitales sería costoso y difícil de lograr. El autor (Codeglia, 2021) manifiesta que vender por internet es una excelente oportunidad para quienes desean empezar su propio negocio sin tener que salir de casa, los productos físicos se pueden vender por internet son muy populares porque cada vez más personas compran en un sitio virtual.

¿Qué son las plataformas digitales?

El autor (Rodríguez, 2019) manifiesta que Las plataformas digitales son todos los sitios del internet como programas o aplicaciones donde recopilan toda la información de la empresa, así mismo los usuarios pueden acceder a las cuentas personales puesto que en esta se encuentra información detallada de la empresa como son los sistemas operativos, contenido visual de textos, videos etc. Así

mismo el autor (Rodríguez, 2019) expresa que las plataformas digitales sirven para facilitar información a los usuarios con diversificados contenidos que estén buscando además sirve como ejecución de múltiples tareas es el momento instantes así estén conectados más usuarios en la misma plataforma. Otra función es que proporciona información a la empresa a la administración y distribución de información permitiendo al dueño de la empresa tener la información sin la necesidad que tenga un gran equipo de trabajo. (Giraldo, 2019) Indica como el objetivo principal que cumple las plataformas digitales es facilitar la ejecución de tareas mediante programas o aplicaciones desde un sitio web. Donde se encuentra distintos tipos de plataformas esto va de acuerdo con la necesidad que tenga los usuarios.

Tipos de plataformas digitales

Cada plataforma digital cumple funciones determinadas entre estas se encuentra la Plataformas digitales educativas esta herramienta cuyo objetivo es proporcionar información de investigación para los estudios escolares. En cambio las plataformas sociales se basan en los contenidos visuales y audio como es la plataforma de Facebook, YouTube Instagram etc el autor (Isaza, 2015) Manifiesta que las redes sociales se utilizan en las empresas para darse a conocer, puede ser visto por muchas personas en el mismo instante uno de sus objetivos es atraer clientes potenciales, las redes sociales representa aquellas oportunidades para que empresa tenga un acercamiento diferentes con las personas. En la Plataforma de comercio electrónico se lo conoce también como e-commerce, como son las tiendas virtuales para realizar compra y venta de un bien o servicio. En cambio las plataformas bursátiles son llamadas como brokers ya que son intermediario como inversionista y bolsa de valores. En las Plataformas bancarias los bancos tienen información de su contenido y servicio en la cual los usuarios pueden ingresar con su cuenta personal. También existen las Plataformas de pago se pueden enviar y recibir dinero. Por otro lado las plataformas especializadas sirven para satisfacer las necesidades de un sector o población donde administran contenidos web, edición de videos etc. En cambio las plataformas de noticias son páginas dedicada a ofrecer servicio de información de noticia actualizada. Asimismo las plataformas de juegos son plataformas que se dedican a los juegos en online de tal forma que pueden jugar solos o con múltiples jugadores y las Plataforma de localización ayudan a tener información de direcciones en cualquier lugar del mundo.

¿Qué ventajas hay en utilizar plataformas digitales?

Las plataformas digitales son ventajosa para cualquier estrategia de marketing entre estas ventajas son las siguientes: te ahorran tiempo, Permite trabajar con un equipo reducido, Es fácil medir su

desempeño, Hay una gran variedad, Reduce el margen de error, No necesitas hacer un experto en informática, Son económicas, Mejora la experiencia con los clientes

Las plataformas virtuales agrupan emprendedores desde las pequeñas empresas

Autora (Zapata, 2021) manifiesta en el diario El comercio que la pandemia del COVID-19 obligo a los comerciantes minoristas a cerrar sus negocios por lo cual tuvieron que buscar nuevas alternativas provocando el incremento de las ventas en online, por lo consiguiente muchos ecuatorianos pueden ofertar sus productos tanto como local, provincial, nacional incluso hasta el exterior. Unas de las plataformas es Market Place Ecuador que fue creada desde Junio del 2020 hoy cuenta con 450 tiendas virtuales. Utilizar esta herramienta ayuda al negocio dándose a conocer como indica el autor (Santana, 2017) Una plataforma de venta online consiste en un sistema o software que permite la realización de compras y ventas a través de internet. Los usuarios pueden contar con una tienda online de 24 horas abiertas en los 365 días del año permitiendo mejor el incremento de las ventas.

Las mejores plataformas para el comercio electrónico de las pequeñas empresas

El autor (Carter, 2021) expresa en la era de las plataformas digitales cualquiera puede comenzar con su propio negocio si preocuparse por el espacio físico unas de las herramientas es Shopify, Wix o Square Online, vender en línea se ha convertido en una herramienta rentable, eficiente. Las mejores herramientas de sitios web de comercio electrónico para propietarios de pequeñas empresas en las cual se encuentran Wix diseñada para ofrecer un rendimiento excepcional. Hay toneladas de funciones incluidas en los planes de comercio electrónico incluidos creador de tiendas de arrastrar y soltar cientos de plantillas y rendimiento optimizado para los dispositivos móviles además cuenta con excelente gama para de temas para promocionar el producto. También Shopify ofrece algunas de las mejores características de ventas en el mercado líderes en la industria de un enorme mercado de aplicaciones. Están dedicadas para aquellas que ofrecen crear mejor tienda en online. Asimismo Square Online utiliza inteligencia de diseños artificial con su creador de tiendas sin tener que gastar una fortuna por lo tanto también todo se integra con Square sistema punto de ventas donde se obtiene acceso a la gestión de inventarios, agregar el producto y funciones es fácil para el usuario. Otra de las herramientas muy importante para un negocio es Weebly es un servicio pequeño de gran ayuda para los propietarios de las pequeñas empresas no se necesita tener talento tecnológico para comenzar, esta plataforma es muy económica es ideal para de negocios pequeños. Asimismo Ecwid destinado para aquellas empresas que desean vender producto en cualquier lugar tiempo y lugar unas de las características es que son ideal para cualquier dispositivo. Por otra parte Magento es una de las

Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján

plataformas más populares es de los comerciantes de las pequeñas empresas y exitosa también es utilizada por las grandes empresas ya que pueden conectarse con los clientes en líneas si bien es compartido con los canales de ventas externo como Amazon su descarga es gratuita. También se encuentra WooCommerce es accesible y fácil de usar está constituido sobre un sistema de administración de contenido popular una de las características viene con blogs incorporado y la opción en tomar pedido es de manera ilimitada. Las BigCommerce es una herramienta de solución para vender en línea las característica son avanzadas lo que dificulta al propietario del negocio es en saber usarla. Sin duda Zyro: tiene todo lo que necesita una marca para inicial su venta online, asimismo beneficia un rendimiento rápido en los dispositivos en la cual brinda mejor satisfacción a sus clientes. GoDaddy es fácil de usar diseñado especial para los negocios pequeño ya que no cuenta con suficiente recursos para pagar a un experto que le enseñe a usar esta plataforma. Por otra parte usa ADI para simplificar el proceso de la venta online y así ofrece el soporte para más industria de muchos competidores. Otra elección Volusion es unas de las opciones más buscada por los empresarios una de las mejores características es de Volusion es su capacidad para ofrecer información de datos. De la misma forma Big Cartel: es recomendada como una de las mejores herramientas para las empresas que busca tener rentabilidad porque este servicio consta con una gran amplitud de conocimiento de codificación en cual se debe aprovechar el máximo.

Asimismo Shift4shop es aquella solución que necesita un comerciante para construir, comercializar y vender desde sitios web en línea además cuenta con sistema de inventario que permite al negocio realizar un seguimiento fácil de las ventas de los productos. Al mismo tiempo EKM es fundada desde el 2002 es una de las primeras herramientas de las plataformas digitales para vender, ofrece todo lo que necesita el propietario para vender también amplia una gran gama de opciones personalizadas. Potencialmente X-Cart diseñada para ofrecer una forma simple y simplificada de comenzar a vender en línea

Una empresa es una organización o institución que se dedica a la producción de bienes y servicios que son demandados por el consumidor con el objetivo de obtener una ganancia. Con el correcto desempeño de la producción se basa en la planificación es importante para la empresa tener objetivos claros y bien establecidos (Raffino, 2020). Cabe recalcar que las pequeñas empresas sus ingresos son entre \$ 100.001,00 y \$1'000.000,00 cuenta con 10 a 49 trabajadores así mismo estas empresa representa el 18,27% generadora de trabajo. Las plataformas digitales es una arma esencial del marketing que ha marcado un gran cambio en como gestionan desde las pequeñas hasta las grandes

empresas y su interacción con los consumidores y el mercado. En Ecuador hay 61.759 empresas pequeñas que forma parte de las MiPymes representando al tejido 7,00%. La distribución de venta \$18.558,00 por otro lado la distribución de empleo registrado en el IESS según su tamaño de empresa el 18,27% pertenece para la pequeña empresa de acuerdo a sus ventas según tamaño de empresas de 10,95% fuente (DIEE, 2019)

El impacto del COVID-19

Según (Universidad Espiritu Santo, 2020) El COVID-19 afecta a todas las áreas a nivel global, pero algunas empresas son privilegiadas como es en el caso el Ecommerce es decir son aquellas ventas que se realiza a través de las plataformas digitales. La pandemia trajo como consecuencia un incremento en la frecuencia de compra online el 40% realiza las compra una sola vez al mes antes al mes solo representaba el 19%. Por lo que se considera que las personas empezaron a comprar más a partir de la emergencia del COVID-19

Durante la compra en épocas de COVID-19 la categoría más compradas fueron:

Bienes personales prendas de vestir 84%; accesorios de vestir 79%; calzado 71%; cosméticos perfumería belleza 71%. En bienes no personales celulares 69%; equipos electrónicos 69%; artículos deportivos 67%. E los servicios de restaurantes 85%. En Hogar se encuentran los medicamentos con el 62% y supermercado 58%. Entre bebidas y snacks corresponde las bebidas el 49%; Licores 45%; Lácteos 42% y Snacks golosinas 39%; y el canal de compra se encuentra la página Web con 87%; App de la marca 85%; portales varias marcas 85% y App varias marcas 82%. Por otro lado los factores que incentiva durante la compra online son las promociones y descuento, precios bajos y planes y fidelización.

Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján representa hoy en día aquellas tecnologías que se han convertido en la herramienta importante para los negocios, algunas de las pequeñas empresas del cantón Paján se han ido adaptando al cambio de las plataformas digitales para los emprendedores no ha sido fácil ya que estaban acostumbrado a las venta tradicional, y no conocían el uso de estas herramientas por lo que tuvieron muchas dificultades, en épocas de COVID-19 los comerciantes tuvieron que utilizar con mayor frecuencias las plataformas ya que no podían vender directamente en sus locales se presentó la dificultad de desconocimiento al momento de promocionar sus productos ya que no era igual a lo que estaban acostumbrados.

Pero no le quedaba otra opción de ofrecer sus productos mediante las plataformas de las redes sociales; los comerciantes se dieron cuenta que las plataformas le permitía tener más salida de sus

productos ya que se visualiza por muchos usuarios que navegan la red de Facebook, WhatsApp y Instagram. Es por esta razón a pesar que sus negocios ya se encuentren abiertos siguen actualmente utilizando las redes sociales considerándolo como un medio de estrategias para vender.

Materiales y métodos

La investigación documental, se buscó información a través de fuentes como artículos, tesis, sitios web, periódico digital investigando mediante el uso de las palabras claves con el tema de investigación (Las plataformas digitales y su impactos en las ventas de las pequeñas empresas) en lo cual se recopiló información con respecto a las variables de estudio. Asimismo se pudo analizar la investigación para así seleccionar la información más útil.

Método de observación no estructurado Se realizó sin ninguna previa estructuras en el cual consistió en saber observar las variables estudiadas de las plataformas digitales y las ventas, con la información recogida se pudo interpretar los datos en este caso que ha observado que las ventas de los productos en las plataformas digitales ha tenido mayor acogida de cliente.

Método de encuesta Se realizó la encuesta en cual se obtuvo la colaboración de 145 comerciantes de las pequeñas empresas del Cantón Paján previa elaboración de un cuestionario de preguntas cerradas.

Materiales

Computadora, Impresoras, Internet, Material, Papel A-4, y bolígrafo

Resultados y discusión

Las pequeñas empresas del cantón Paján se encuentran actualmente utilizando las plataformas de las redes sociales las principales se encuentra entre Facebook, Instagram y WhatsApp ya que lo consideran como una estrategia de ventas, permitiéndole llegar a más clientes de diferentes lugares ya sea dentro del cantón o su alrededor. Viendo esta herramientas como una estrategia de ventas el 32% de los comerciantes si están dispuesto en invertir en una plataforma digital. Pero el 60% no saben utilizar correctamente las plataformas de ventas para ofrecer sus productos porque no tiene conocimientos de estrategias de marketing y son pocos lo que si saben utilizar correctamente esta plataforma. Por lo que se considera una de las plataforma que será más fácil de utilizar para estos comerciantes es la plataforma de Weebly porque en esta no necesitan ser un expertos en informática es muy sencillo en usar y es ideal para las pequeñas empresas.

Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján

Estos resultados guardan relación con el autor (González, 2020) donde manifiesta que las plataformas digitales son adaptadas por las pequeñas empresas del país que buscan como objetivo principal incrementar las ventas, también indica que Facebook es la herramienta más utilizada para vender los productos.

A diferencia de los autores (Iranda, Alvarado, y Mata, 2018) donde manifiesta que las plataformas digitales sirven para promocionar los productos, se han convertido en el medio más efectivo para realizar las ventas. De acuerdo a su investigación en el cantón Naranjito de la provincias de Guayas revela 70% de los comerciantes el medio que utilizan para ofrecer sus productos es la prensa escrita. Las redes sociales es el mejor medio para promocionar un productos. Lo que determina que esta plataforma de las redes sociales es la principal herramienta de trabajo para promocionar y vender lo que ofrecen los diferentes negocios. Gran parte de los comerciantes el medio que utiliza para vender sus productos es las redes sociales porque no pagan para promocionar su producto, además las plataformas de red social es muy utilizado por la comunidad del cantón Paján.

Los comerciantes del cantón Paján presenta una deficiencia en desconocimiento sobre la utilización de esta herramienta de trabajo. Cabe recalcar que para las pequeñas empresas las plataformas digitales son ideal para los negocios ya que contribuye al desarrollo Económico. Es importante mencionar que para los autores (Iranda, Alvarado, y Mata, 2018) manifiestan que en el cantón Naranjito los comerciantes desconocen la utilización de las plataformas digitales; es decir lo mencionado anteriormente de estos atores tiene relación con los resultados encontrados en Paján.

Conclusiones

Las pequeñas empresa del cantón Paján en el último año han ido incrementando el uso de las plataformas digitales lo que ha sido de gran ayuda para vender sus productos, por lo tanto los comerciantes considera como una herramienta principal para ofrecer y vender sus productos y además permite que la información llegue a más clientes. Para este cantón la plataforma que primordialmente utilizas es de las redes sociales es el Facebook, ya que esta página los usuarios se conectan frecuentemente.

En todo negocio es importante el usos de las plataformas digitales porque facilita que el producto sea mayormente conocido y esto es muy bueno para la empresa ya que tiene la posibilidad de lograr altas ventas. Así mismo cuentan con grandes ventajas que contribuyen beneficiando tanto para el dueño, empleados y cliente.

De acuerdo a los resultados dados se puede establecer que los comerciantes de las pequeñas empresas del cantón Paján requieren capacitación de mayor conocimiento sobre la utilización de las plataformas digitales, lo cual sería de gran ayuda para vender sus productos.

Referencias

1. Carter, R. (17 de Junio de 2021). *Las 15 mejores plataformas de comercio electrónico para pequeñas empresa 2021*. Recuperado el 08 de Julio de 2021, de https://www-eluniverso-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.eluniverso.com/noticias/economia/plataformas-virtuales-agrupan-emprendedores-pequenas-medianas-y-grandes-empresas-nota/?amp_js_v=a6&_gsa=1&outputType=amp&usqp=mq331AQKKAFAQrABIIACA w%3D%3D#aoh=162579
2. Codeglia, A. (13 de Marzo de 2021). Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/vender-por-internet/>
3. *DIEE*. (2019). Recuperado el 13 de Julio de 2021, de Directorio de Empresas y Establecimientos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Boletin_Tecnico_DIEE_2019.pdf
4. Giraldo, V. (14 de Febrero de 2019). Recuperado el 08 de Julio de 2021, de <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
5. González, J. T. (19 de Julio de 2020). El impacto del e-commerce en las PYMES de la provincia de El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 10. Recuperado el 01 de Julio de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200473
6. Iralda , M., Alvarado , M., & Mata , F. (09 de Abril de 2018). ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS DE LAS PYMES DEL CANTON NARANJITO. *Redipe*, 7 - 4, 1 - 2. Recuperado el 16 de Junio de 2021, de <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/478/459>
7. Isaza, J. (10 de Febrero de 2015). *¿para qué sirve las redes sociales a una empresa?* Recuperado el 05 de Agosto de 2021, de <https://bienpensado.com/para-que-le-sirven-las-redes-sociales-a-una-empresa/>

8. Katz, R., Jung, J., & Callorda, F. (2020). El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19. (M. Agudelo, Ed.) *Corporación Andina*, 40. Obtenido de https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1540/El_estado_de_la_digitalizacion_de_America_Latina_frente_a_la_pandemia_del_COVID-19.pdf
9. Melo, E., & Palacios, A. (2018). LOS COMERCIANTES MINORISTAS Y SU APOORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN PAJÁN. 92.
10. Raffino, M. (29 de Mayo de 2020). *Concepto de Empresa*. Recuperado el 13 de Julio de 2020, de <https://concepto.de/empresa/>
11. Rodríguez, J. (14 de Septiembre de 2019). *¿Qué son las plataformas digitales y para qué sirven?* Recuperado el 08 de Julio de 2021, de Blog Rankia: <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
12. Santana, K. (27 de Mayo de 2017). *¿Qué es la plataforma para vender Online?* Recuperado el 05 de Agosto de 2021, de <https://blog.ventasclick.com/que-es-una-plataforma-para-vender-online/>
13. Suominen, K. (2019). *El comercio digital en América Latina (CEPAL)*. Santiago, Naciones Unidas : L. Obtenido de [file:///C:/Users/Hp/Downloads/S1900842_es%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Hp/Downloads/S1900842_es%20(1).pdf)
14. Tello , P. E., & Pineda , L. F. (2017). *ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ECUADOR*. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR . Quito: Repositorio.uide.edu.ec. Recuperado el 01 de Julio de 2021, de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2476/1/T-UIDE-1768.pdf>
15. *Universidad Espiritu Santo*. (2020). Recuperado el 13 de Julio de 2021, de Comportamiento de Las Transacciones no presenciales en Ecuador: <https://cece.ec/wp-content/uploads/2021/04/PresentacionMedicionEcommerce2020-UEES-04MAYO2020.pdf>
16. Zapata, B. (20 de Abril de 2021). Plataformas virtuales agrupan emprendedores pequeño. *El Universo*. Recuperado el 08 de Julio de 2021, de https://www-eluniverso-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.eluniverso.com/noticias/economia/plataformas-virtuales-agrupan-emprendedores-pequenas-medianas-y-grandes-empresas-nota/?amp_js_v=a6&_gsa=1&outputType=amp&usqp=mq331AQKKAFAQrABIIACA w%3D%3D#aoh=162579

Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján

©2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).|