



IMPORTANCIA DE LA ASESORÍA, MANEJO Y ANÁLISIS DE DATOS EN PYMES DE LA CIUDAD DE MANTA: UNA OPORTUNIDAD PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

Mercy Celinda Rojas Once
Maestría en administración de empresas
con mención en innovación empresarial
y emprendimiento

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador
mercy.rojas@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5075-6912>

Karen Alejandra Mendoza García
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador
karen.mendoza@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9717-8339>

Autor para correspondencia: mercy.rojas@uleam.edu.ec

Recibido: 15/04/2025

Aceptado: 15/06/2025

Publicado: 15/01/2026

RESUMEN

Este artículo aborda la importancia que tiene la asesoría, el manejo y el análisis de datos para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector gastronómico en la ciudad de Manta, Ecuador. En un escenario donde la digitalización y el uso estratégico de la información son fundamentales para el crecimiento organizacional, comprender la forma en que estos elementos inciden en el desarrollo de las PYMES resulta decisivo. El objetivo del estudio fue evaluar la importancia del acompañamiento profesional y el uso eficiente de datos al tomar decisiones que fortalezcan la competitividad de aquellas empresas. Para ello, se diseñó un enfoque cuantitativo mediante el cual se obtuvieron datos concretos y medibles. La metodología utilizada consistió en la aplicación de una encuesta estructurada a una muestra de 20 empresas que ofrecen servicios de alimentos preparados en Manta. El muestreo fue no probabilístico y por conveniencia, ya que los participantes fueron seleccionados por el investigador, tomando en cuenta la disponibilidad y disposición que manifestaron para colaborar con el estudio. Los resultados evidencian que la gran mayoría de los establecimientos reconoce la importancia del manejo y análisis de datos para optimizar procesos, mejorar la atención al cliente y desarrollar estrategias de mercado más efectivas. Sin embargo, también se identificaron limitaciones en el acceso a asesoría especializada. En conclusión, el estudio pone de manifiesto la necesidad de



encontrar herramientas de análisis de datos y servicios de asesoría para apuntalar la competitividad del sector gastronómico de la mencionada ciudad.

Palabras clave: Asesoría empresarial, competitividad empresarial, Manta Ecuador, análisis de datos, PYMES gastronómicas.

IMPORTANCE OF ADVICE, MANAGEMENT AND ANALYSIS OF DATA IN SMES IN THE CITY OF MANTA: AN OPPORTUNITY TO IMPROVE COMPETITIVENESS

ABSTRACT

This article addresses the importance of consulting, data management and analysis to improve the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the gastronomic sector in the city of Manta, Ecuador. In a scenario where digitalization and the strategic use of information are fundamental for organizational growth, understanding the way in which these elements affect the development of SMEs is decisive. The objective of the study was to evaluate the importance of professional support and the efficient use of data when making decisions that strengthen the competitiveness of those companies. To this end, a quantitative approach was designed through which concrete and measurable data were obtained. The methodology used consisted of the application of a structured survey to a sample of 20 companies that offer prepared food services in Manta. The sampling was non-probabilistic and for convenience, since the participants were selected by the researcher, taking into account the availability and willingness they expressed to collaborate with the study. The results show that the vast majority of establishments recognize the importance of data management and analysis to optimize processes, improve customer service and develop more effective market strategies. However, limitations in access to specialized advice were also identified. In conclusion, the study highlights the need to find access to data analysis tools and advisory services to underpin the competitiveness of the gastronomic sector of the aforementioned city.

Keywords: Business consultancy, business competitiveness, Manta Ecuador, data analysis, gastronomic SMEs.

INTRODUCCIÓN

La competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) es necesaria para su éxito y sostenibilidad (Hernández-Gil et al., 2018), especialmente en sectores tan dinámicos como el gastronómico. En este sentido, el manejo adecuado de la información, el uso estratégico de datos y el asesoramiento profesional se han

convertido en elementos casi imprescindibles para mejorar la capacidad de aquellos establecimientos en un ámbito cada día más enfocado en el uso de la tecnología, y en particular, en la digitalización (Piñero et al., 2018; Serrato, 2019; Cruz, 2021).

Las PYMES, particularmente en países en desarrollo como Ecuador, enfrentan una creciente necesidad de optimizar sus procesos (Rodríguez & Aviles, 2020), incrementar su eficiencia operativa y adaptar sus estrategias al nuevo contexto global, altamente influenciado por las tecnologías de la información. (Quiñonez & Rodríguez, 2017)

En el caso del sector gastronómico en Manta, Ecuador, el uso adecuado de los datos y la asesoría especializada que puedan recibir, desempeña un rol prioritario en lo que respecta a la adopción de medidas que impactan de manera directa a la competitividad y el posicionamiento en el mercado. Investigaciones previas dejan ver que la capacidad de las empresas para adaptarse a las herramientas digitales y de análisis de datos mejora la eficiencia interna, pero, además fortalece las relaciones con los clientes y mejora la calidad de los productos o servicios ofrecidos (Marín & López, 2020). No obstante, las PYMES locales afrontan retos relacionados con el acceso a recursos y conocimientos especializados en el manejo de la información.

Este estudio tiene como objetivo analizar el modo en el que, la asesoría, el manejo y el análisis de datos contribuyen a vigorizar la competitividad de las PYMES del sector gastronómico de Manta. La investigación se fundamenta en un enfoque cuantitativo, mediante la aplicación de una encuesta estructurada, aplicada a 20 empresas del sector, seleccionadas bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los datos dan la posibilidad de analizar la percepción de los empresarios sobre la importancia de estas herramientas en su gestión diaria y en las de más peso.

Los resultados permiten afirmar que, si bien las empresas reconocen el valor del análisis de datos en la mejora de sus procesos y estrategias de mercado, también se identifican limitaciones en el acceso a asesoría especializada que les permita aprovechar al máximo estas herramientas. Esto indica una brecha significativa en el conocimiento y uso de

tecnologías avanzadas, lo que obstaculiza el potencial de crecimiento y desarrollo de las PYMES en el sector gastronómico, tal cual lo sugieren autores como Macario y Gonzaga (2019), al dar a entender que la falta de tecnologías, capacitación y la dificultad para acceder a servicios de asesoría representan desafíos críticos para la innovación y el crecimiento empresarial.

Este estudio pretende aportar una mejor comprensión sobre los factores que influyen en la competitividad de las referidas PYMES, así como generar recomendaciones prácticas para optimizar el acceso a herramientas de análisis de datos y asesoría empresarial. Los hallazgos pueden servir como base para el diseño de políticas públicas y programas de apoyo que faciliten el uso de tecnologías digitales y asesoramiento especializado, aportando de tal modo, a un entorno más competitivo y sostenible para las empresas en cuestión. Así mismo, el trabajo ofrece un nuevo aporte a la literatura sobre el tema en estudio, particularmente en el contexto ecuatoriano, y sirve como punto de partida para nuevas investigaciones acerca de la digitalización e innovación en las PYMES en un contexto más amplio.

Finalmente, se plantean como interrogantes a ser respondidas las siguientes: ¿Cómo influye el manejo y análisis de datos en la toma de decisiones estratégicas dentro de las PYMES gastronómicas de Manta? ¿Qué tan accesibles son los servicios de asesoría empresarial para las PYMES gastronómicas en la ciudad de Manta y cómo impacta esta accesibilidad en su competitividad? ¿En qué medida las PYMES gastronómicas de Manta perciben que el uso de datos y la asesoría profesional contribuyen a mejorar su desempeño en el mercado y la satisfacción del cliente? Estas preguntas guían el análisis y conllevan a una visión integral sobre los factores que determinan la competitividad de las PYMES en este sector específico.

METODOLOGÍA

Este apartado describe el enfoque, diseño, técnicas e instrumentos metodológicos utilizados para llevar a efecto esta investigación, así, el estudio se desarrolló bajo un



enfoque cuantitativo, el cual, según Vega-Malagón et al. (2014) y Fernández (2016), permite analizar casos mediante la recolección y de datos numéricos, con el fin de identificar patrones, correlaciones y relaciones entre variables (Hernández et al., 2014). Esta dirección fue adecuada para evaluar la percepción de los empresarios sobre el impacto de la asesoría y el manejo de datos en la competitividad de sus negocios.

La investigación fue de tipo descriptiva, ya que procuró detallar las características del caso sin manipular variables, y establecer relaciones entre distintos elementos observados (Hernández-Sampieri, 2018). El diseño adoptado fue no experimental y transeccional, dado que la recolección de datos se realizó en un único momento, sin intervención directa sobre las variables implicadas en el estudio.

La población estuvo conformada por las PYMES que operan en el sector gastronómico en la ciudad de Manta. El tamaño de la muestra fue 20 empresas seleccionadas mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se eligió este muestreo considerando que los participantes fueron contactados directamente por el investigador y seleccionados en función de su disponibilidad y disposición para colaborar con la investigación, lo cual es común en estudios exploratorios o cuando se cuenta con acceso limitado a la población total. ((Salvadó, 2016; Otzen & Manterola, 2017)

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, por ser una herramienta eficaz para obtener información estandarizada de una muestra representativa. El instrumento aplicado fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, que permitió medir aspectos como el nivel de uso de herramientas de análisis de datos, el acceso a asesoría profesional y la percepción sobre su impacto en la competitividad.

El cuestionario fue validado mediante revisión de tres expertos en el área de gestión empresarial y metodología de investigación, lo que garantizó la claridad, pertinencia y coherencia de los ítems incluidos.

Una vez recolectada la información, los datos se organizaron y procesaron utilizando herramientas estadísticas descriptivas, tales como frecuencias y porcentajes. Este



análisis ayudó a interpretar las tendencias generales de las respuestas y establecer conclusiones sobre las prácticas actuales de las PYMES encuestadas en cuanto al manejo de datos y la asesoría profesional.

Es importante señalar que esta investigación presenta ciertas limitaciones que deben ser consideradas al momento de interpretar sus resultados. En primer lugar, el uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia implica la imposibilidad de que los hallazgos no pueden ser contextualizados a toda la población de PYMES gastronómicas de Manta. Esto es así, porque la muestra estuvo compuesta únicamente por aquellos empresarios que manifestaron su voluntad para colaborar, lo cual, probablemente introduce un sesgo de auto-selección, dado que las empresas más abiertas a participar, serían aquellas con más interés o conocimientos previos sobre el tema.

En segundo lugar, el tamaño de la muestra fue limitado a 20 establecimientos, lo que restringe el alcance estadístico del estudio. Si bien los datos permiten obtener una aproximación útil al fenómeno investigado, una muestra más amplia daría resultados más representativos y fiables.

De igual modo, debido a la naturaleza auto-reportada de las encuestas, hay la posibilidad de que algunas respuestas hayan sido influenciadas por la percepción subjetiva de los encuestados o por el deseo de ofrecer respuestas socialmente aceptables. Por otro lado, factores contextuales como el tiempo disponible para responder o la carga laboral de los empresarios al momento de responder el cuestionario también pueden haber afectado la calidad de las respuestas.

A pesar de estas limitaciones, el estudio aporta una base relevante para futuras investigaciones en el área y pone a disposición un panorama inicial valioso sobre la relación entre la asesoría empresarial, el manejo de datos y la competitividad en las PYMES del sector gastronómico en dicha ciudad.



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

Pregunta 1: ¿Cuál es el tamaño de su empresa?

La primera pregunta quería conocer acerca del tamaño de las empresas participantes, con el fin de entender la estructura organizativa y los recursos potenciales disponibles para adoptar herramientas de análisis de datos y asesoría profesional. Los resultados encontrados señalan que el 30% de las empresas se identificaron como microempresas, el 50% como pequeñas empresas y el 20% como medianas empresas. Esta distribución muestra que la mayoría de los negocios encuestados (80%) operan con estructuras reducidas, hecho que es característico del sector gastronómico en economías locales como la de Manta.

De acuerdo con Guercio et al. (2017) y Fonseca-Feris y Fleitas-Álvarez (2020), las PYMES tienden a enfrentar limitaciones en capital humano y recursos tecnológicos, lo que puede restringir su capacidad de innovación y gestión estratégica. Sin embargo, también se destaca que estas empresas suelen ser más flexibles y adaptables al cambio, lo que representa una ventaja si se canaliza adecuadamente mediante asesoría especializada y herramientas digitales.

Pregunta 2: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el sector gastronómico?

Esta pregunta buscaba identificar la antigüedad de las empresas para vincular la experiencia operativa con la incorporación de prácticas como el análisis de datos y el uso de asesoría externa. Los datos obtenidos reflejan que el 10% de las empresas tienen menos de 1 año, el 30% entre 1 y 3 años, el 35% entre 4 y 7 años, y el 25% más de 7 años. Por lo tanto, se entiende que el 60% de ellas tienen al menos 4 años de operación, lo que sugiere una base de experiencia considerable.

Desde la perspectiva de Mesa et al. (2012) y Pavón et al. (2019), la experiencia empresarial acumulada puede traducirse en una mejor comprensión del entorno



competitivo y mayor disposición a aplicar mejoras continuas. No obstante, la antigüedad por sí sola no garantiza el uso estratégico de herramientas como el análisis de datos, si no va acompañada de procesos formativos o asesoramiento técnico.

Pregunta 3: ¿Utiliza su empresa algún tipo de sistema para registrar información de clientes, ventas o inventarios?

Esta pregunta tenía como finalidad identificar si las empresas hacen uso de sistemas de información básicos para recolectar y organizar datos internos. Los hallazgos dan cuenta que el 70% de las empresas sí utilizan algún tipo de sistema, mientras que el 30% indicó que no lo hace.

La alta adopción de sistemas básicos es un indicador positivo, ya que representa un primer paso hacia la cultura del análisis de datos. En atención a Areitio (2008), los sistemas de información, aunque sean simples, posibilitan a las empresas la transformación de datos en insumos estratégicos para facilitar la toma de decisiones. Aun así, el 30% restante evidencia que todavía existe una brecha digital capaz de limitar la eficiencia y competitividad de una parte significativa del sector.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia analiza los datos generados por su negocio para tomar decisiones?

Esta pregunta pretendía evaluar el grado de uso de los datos disponibles para la toma de decisiones estratégicas dentro de las empresas. Los resultados indican que el 5% nunca analiza los datos, el 15% rara vez, el 30% ocasionalmente, el 35% frecuentemente, y el 15% siempre.

Se observa que el 50% de las empresas los analiza de forma frecuente o constante, lo que refleja que aún existe un uso limitado de estas herramientas. Herencia (2022) afirma que el valor del análisis de datos no radica únicamente en recolectarlos, sino en utilizarlos de forma sistemática para generar conocimiento y ventaja competitiva. Esta carencia podría limitar el desarrollo de estrategias basadas en evidencia.



Pregunta 5: ¿Considera que el análisis de datos ha contribuido a mejorar el rendimiento de su empresa?

Esta pregunta buscaba determinar si los empresarios perciben beneficios tangibles al aplicar análisis de datos en sus operaciones.

El 60% de los encuestados indicó que el análisis de datos ha mejorado su rendimiento mucho o totalmente; el 30% respondió que moderadamente, y un 10% consideró que ha contribuido poco.

Este resultado respalda la idea de que el uso estratégico de la información es posible que se traduzca en mejoras de interés para las PYMES, especialmente en términos de eficiencia operativa y toma de decisiones informadas. La percepción positiva puede servir como incentivo para fomentar mayor inversión en formación y tecnologías que potencien esta capacidad.

Pregunta 6: ¿Ha recibido asesoría profesional en temas de gestión, finanzas, marketing o tecnología en los últimos 2 años?

Esta pregunta tenía como propósito conocer si las empresas habían accedido recientemente a servicios de asesoría profesional, fundamentales para mejorar su competitividad. Las respuestas reportan que el 45% de las empresas indica que sí han recibido asesoría, mientras que el 55% respondieron no.

Estos resultados se entienden como si se tratara de una baja penetración de los servicios de acompañamiento profesional en el sector. En concordancia con Rodríguez et al. (2010), la asesoría externa es una fuente segura de transferencia de conocimientos y buenas prácticas, principalmente en contextos donde los emprendedores no cuentan con formación especializada. En ese sentido, queda claro que, la falta de acceso, se debe a barreras económicas y a la escasa disponibilidad de servicios adaptados a las necesidades del sector gastronómico mantense.



Pregunta 7: En caso afirmativo, ¿qué tipo de asesoría ha recibido principalmente?

La intención de esta pregunta era identificar las áreas temáticas más solicitadas dentro de los servicios de asesoría profesional, para entender las prioridades estratégicas de las empresas que sí acceden a este tipo de apoyo.

Entre las 9 empresas que afirmaron haber tenido asesoría, los resultados permiten decir que el 33% recibió en Gestión administrativa, 33% en Marketing digital, 22% en Tecnología e innovación, 11% en Finanzas.

Se observa un mayor enfoque en áreas relacionadas con la organización interna y la promoción comercial, lo cual es coherente con los desafíos típicos de las PYMES. Al respecto, Kotler y Keller (2016), manifiestan que el marketing digital es prioritario para posicionar marcas en mercados altamente competitivos, mientras que la gestión administrativa es fundamental para mejorar la estructura operativa.

La baja proporción de asesoría en finanzas probablemente es un riesgo, ya que una mala gestión financiera tiene el potencial de afectar directamente la sostenibilidad del negocio.

Pregunta 8: ¿Qué tan accesible le resulta obtener servicios de asesoría empresarial en su ciudad?

Esta pregunta tenía como finalidad evaluar la percepción de los empresarios sobre la facilidad o dificultad para acceder a servicios de asesoría en Manta. En ese contexto, 15% dicen que les es Muy inaccesible, 30% Poco accesible 30%, 35% Medianamente accesible, 15% Bastante accesible, y 5% Totalmente accesible.

El 45% de las empresas piensa que el acceso a asesoría es poco o muy inaccesible, mientras que solo el 20% la percibe como bastante o totalmente accesible. Esta situación evidencia una debilidad estructural del ecosistema local de apoyo empresarial.



Como señalan Capó-Vicedo et al. (2007), para fomentar la competitividad de las PYMES, es fundamental crear redes de soporte que incluyan servicios de asesoría técnica, incubadoras y formación especializada. A fin de cuentas, la percepción de inaccesibilidad limita la disposición de las empresas para mejorar sus procesos mediante acompañamiento profesional.

Pregunta 9: ¿En qué medida considera que el manejo de datos ha fortalecido la posición de su empresa frente a la competencia?

Esta cuestión quería determinar si los empresarios relacionan directamente el uso de datos con el fortalecimiento de su ventaja competitiva. Sobre ese particular, los resultados son, Nada 5%, Poco 20%, Moderadamente 35%, Mucho 30%, y Totalmente: 10%.

Aunque un 40% reconoce que el manejo de datos ha fortalecido mucho o totalmente su posición competitiva, persiste un 25% que percibe un impacto bajo o nulo. Esto tal vez se deba a que algunas empresas carecen de las herramientas adecuadas para interpretar y aplicar los datos estratégicamente.

Según Davenport et al. (2007), el simple acceso a la información no es suficiente si no se dispone de capacidades analíticas para traducir esos datos en decisiones de valor.

Pregunta 10: ¿Qué tan importante considera usted el acompañamiento de expertos o asesores externos para el crecimiento de su negocio?

La última pregunta tenía como objetivo conocer la valoración subjetiva de los empresarios sobre el rol de la asesoría externa en el desarrollo de sus negocios. Los resultados indicaron, Nada importante 0%, Poco importante 10%, Moderadamente importante 25%, Muy importante 40%, Fundamental 25%.

El 65% de los encuestados considera que la asesoría es muy importante o fundamental para el crecimiento de su empresa, lo que indica una alta valoración del conocimiento externo como recurso estratégico. Esto concuerda con los planteamientos de Timmons

et al. (2004), quienes afirman que el capital intelectual y el asesoramiento técnico son factores clave para el desarrollo sostenible de las PYMES. Sin embargo, esta valoración positiva contrasta con las cifras previas que muestran una baja tasa de acceso, lo que evidencia una brecha entre la percepción de su importancia y la capacidad real de obtenerla.

Discusión

Los resultados del presente estudio revelan importantes hallazgos respecto al uso del análisis de datos, el acceso a asesoría empresarial y su impacto en la competitividad de las PYMES del sector gastronómico de la ciudad de Manta. A partir de la información recabada en las 20 empresas encuestadas, se puede observar que existe una percepción positiva sobre la importancia de estas herramientas, pero también se identifican barreras estructurales que limitan su implementación efectiva.

En primer lugar, se destaca que una gran mayoría de las empresas encuestadas (80%) se clasifican como micro y pequeñas empresas, lo cual coincide con la estructura empresarial típica del sector gastronómico ecuatoriano. Este dato es coherente con estudios realizados por Bustamante et al. (2022), quienes encontraron que en ciudades costeras del Ecuador, las PYMES representan más del 90% del tejido empresarial, especialmente en sectores de servicios como el gastronómico.

A pesar de su tamaño reducido, un 70% de las empresas afirmaron utilizar algún tipo de sistema para registrar información, lo cual sugiere avances en cuanto a digitalización. Este hallazgo se alinea con lo planteado por Maldonado-Nova (2022), quienes documentaron un incremento en la adopción de tecnologías básicas en las PYMES ecuatorianas, motivado por la necesidad de sobrevivir en un entorno competitivo.

Sin embargo, el análisis más detallado de las respuestas evidencia que solo el 50% de los empresarios utilizan estos datos con frecuencia para tomar decisiones, lo que indica una brecha entre recolección de datos y capacidad analítica efectiva.

Asimismo, los resultados muestran que el 60% de los encuestados perciben una mejora clara en el rendimiento de su negocio gracias al análisis de datos. Esta percepción es coherente con estudios como el de Cruz (2021), quien concluye que el uso sistemático de la información puede mejorar los tiempos de respuesta, optimizar los recursos y aumentar la satisfacción del cliente, especialmente en sectores orientados al consumidor como el gastronómico.

Por otro lado, un aspecto preocupante del estudio es la baja proporción de empresas que han recibido asesoría profesional reciente (45%). A pesar que el 65% de los empresarios cree que la asesoría externa es muy importante o fundamental, más de la mitad no ha accedido a estos servicios en los últimos dos años.

Este hallazgo coincide con lo reportado por Zevallos (2006), cuando advierte que, en muchas ciudades intermedias de América Latina, las PYMES enfrentan dificultades para acceder a programas de formación o consultoría debido a factores como el costo, la desinformación o la escasa oferta local.

En cuanto al tipo de asesoría más común, se observa un enfoque en gestión administrativa y marketing digital, mientras que temas como finanzas y tecnología reciben menor atención, dejando de lado aspectos estructurales como la planificación financiera o la transformación digital.

Finalmente, es importante destacar que aunque muchos empresarios reconocen que el uso de datos fortalece su posición frente a la competencia (40% mucho o totalmente), una parte relevante (25%) aún no percibe beneficios claros.

Esto podría deberse a la falta de capacidades técnicas o de acompañamiento que les permita interpretar adecuadamente la información disponible. Como argumentan Davenport et al. (2007), el valor estratégico del análisis de datos no radica nada más en tener información, también en tener la capacidad organizacional de convertirla en decisiones acertadas.



Estos hallazgos sugieren que existe una conciencia creciente sobre la importancia del manejo de datos y la asesoría empresarial en el fortalecimiento competitivo de las PYMES gastronómicas de Manta, pero también se confirma que existen limitaciones estructurales y operativas que impiden aprovechar plenamente estos recursos.

Superar estas barreras requerirá una mayor articulación entre sector privado, instituciones formativas y organismos gubernamentales, para facilitar el acceso a herramientas tecnológicas, capacitación y consultoría especializada.

Desde el punto de vista estadístico, al analizar si existe una relación entre la recepción de asesoría profesional y la percepción sobre el impacto del análisis de datos en el rendimiento empresarial, se aplicó una prueba estadística de Chi-cuadrado de independencia. Esta prueba fue para determinar si las variables categóricas estaban asociadas o si sus respuestas son independientes entre sí.

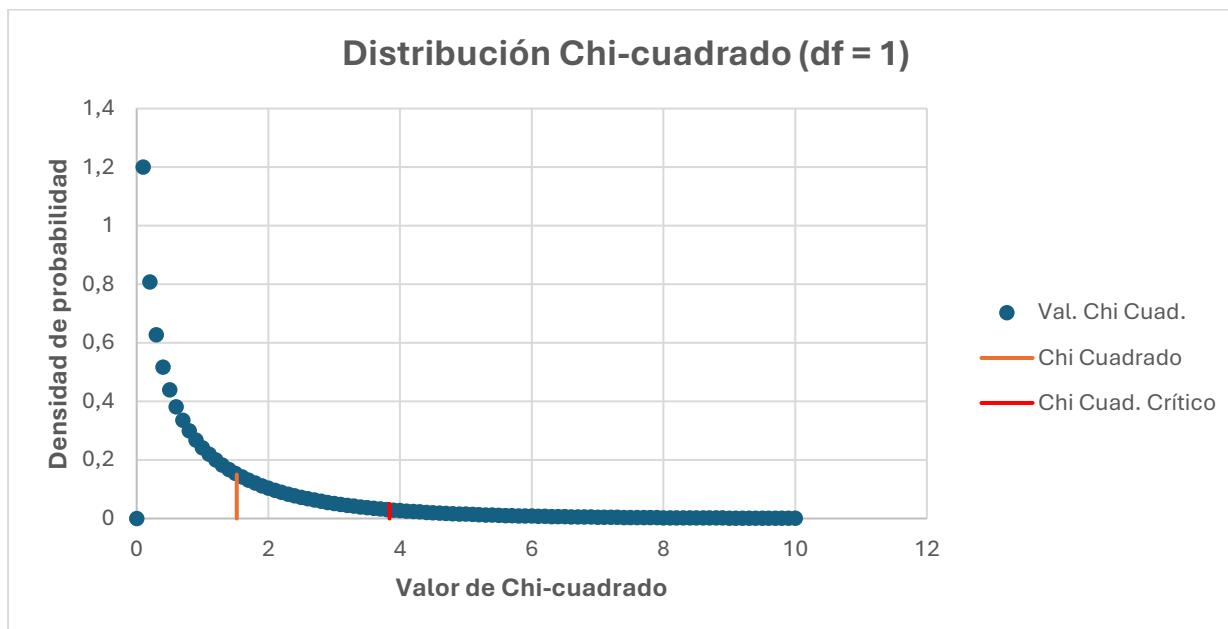
La tabla de contingencia realizada a partir de los datos de las empresas que afirmaron haber recibido asesoría profesional, 10 consideraron que el análisis de datos mejoró su rendimiento, mientras que 2 no lo consideraron así. En contraste, entre las empresas que no recibieron asesoría, 5 señalaron un impacto positivo y 3 indicaron que no lo hubo.

A partir de esta distribución, el valor del estadístico Chi-cuadrado fue de 1,52, con 1 grado de libertad y un valor de p (probabilidad de obtener resultados iguales o más extremos que los observados, asumiendo que no existe una relación entre haber recibido asesoría profesional y la percepción de mejora en el rendimiento empresarial debido al análisis de datos) = 0,217.

Dado que el valor p es mayor al umbral comúnmente aceptado de significancia (0.05), no es posible rechazar la idea de que no se halló una relación estadísticamente significativa entre haber recibido asesoría y percibir una mejora en el rendimiento debido al análisis de datos, al menos dentro de esta muestra (Figura 1).



Figura 1. Curva de distribución Chi-cuadrado mostrando la distribución de los valores de Chi-cuadrado para $df = 1$.



Fuente: elaboración propia.

Es importante aclarar que este resultado no invalida la relevancia de la asesoría profesional, sino que sugiere la necesidad de ampliar la muestra y considerar otros factores que pueden intervenir en la percepción empresarial. En investigaciones de tipo exploratorio con muestras pequeñas, como la presente, estos hallazgos sirven como base para estudios posteriores más amplios que ayuden a identificar con más certeza relaciones causales o significativas (Hernández et al., 2014; Creswell, 2013).

CONCLUSIONES

El estudio realizado ha puesto de manifiesto la relevancia de la asesoría, el manejo adecuado y el análisis de datos como herramientas clave para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector gastronómico en Manta. A lo largo de la investigación, se observó que, aunque las PYMES reconocen la importancia



de estas herramientas para optimizar sus procesos y tomar decisiones estratégicas, existen barreras significativas que dificultan su implementación y aprovechamiento.

Uno de los hallazgos de mas preponderancia fue la creciente conciencia de los empresarios sobre los beneficios del análisis de datos y la asesoría profesional. Aun así, a pesar de esta percepción positiva, el acceso a estos recursos sigue siendo limitado, ya sea por falta de conocimiento sobre su disponibilidad o por dificultades económicas que impiden la contratación de servicios de asesoría externa.

Esta brecha entre la importancia reconocida de estos servicios y la falta de implementación efectiva limita el potencial de las PYMES para mejorar su competitividad en un mercado cada vez más dinámico y demandante.

A su vez, la falta de formación adecuada y el uso limitado de sistemas de gestión de datos en algunas empresas impiden que los datos sean utilizados de manera efectiva para la toma de decisiones.

Esto, sin duda, quiere decir que hay la necesidad de contar con programas de capacitación y asesoría especializada que faciliten el acceso a herramientas tecnológicas y promuevan el desarrollo de habilidades analíticas para que los empresarios sean capaces de transformar la información en estrategias de crecimiento sostenido.

En síntesis, el estudio concluye que, para fortalecer la competitividad de las PYMES gastronómicas en Manta, se requiere crear un entorno más accesible y colaborativo que facilite el acceso a asesoría profesional y a herramientas tecnológicas. Las instituciones públicas y privadas, así como las organizaciones educativas, deben trabajar conjuntamente para superar las limitaciones económicas y estructurales que frenan el acceso a estos recursos. Solo a través de este enfoque integral será posible garantizar un desarrollo más competitivo y sostenible para las PYMES del sector gastronómico de Manta.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Areitio Bertolín, J. (2008). *Seguridad de la información. Redes, informática y sistemas de información*. Ediciones Paraninfo, SA.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_z2GcBD3deYC&oi=fnd&pg=PR15&dq=los+sistemas+de+informaci%C3%B3n,+aunque+sean+simples,+posibilitan+a+las+empresas+&ots=wulmACF1Sg&sig=HZ3ur25002AwVgd9cizffinzq3g#v=onepage&q&f=false
- Bustamante, R. Y. S., Loor, J. G. P., & Choez, D. F. P. (2022). MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica. *Recimundo*, 6(4), 439-455.
<https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1866>
- Capó-Vicedo, J., Expósito-Langa, M., & Masiá-Buades, E. (2007). La importancia de los clusters para la competitividad de las PYME en una economía global. *EURE (santiago)*, 33(98), 119-133. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612007000100007&script=sci_arttext&tlng=en
- Cruz, Y. R. (2021). Gestión de Información y del Conocimiento para la toma de decisiones organizacionales. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 11(4), 150-163. <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/203>
- Davenport, T. H., Harris, J. G., Jones, G. L., Lemon, K. N., Norton, D., & McCallister, M. B. (2007). The dark side of customer analytics. *Harvard business review*, 85(5), 37. https://www.researchgate.net/profile/Thomas-Davenport/publication/228386781_The_dark_side_of_customer_analytics/links/53db939f0cf2a76fb667a583/The-dark-side-of-customer-analytics.pdf
- Fernández, P. A. T. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34), 1-15.
<https://www.redalyc.org/journal/4780/478054643001/478054643001.pdf>



- Fonseca-Feris, R., & Fleitas-Alvarez, V. C. (2020). Las pequeñas y medianas empresas en Paraguay. Limitaciones para su internacionalización. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, 16(2).
<https://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/951>
- Guercio, M. B., Martínez, L. B., & Vigier, H. (2017). Las limitaciones al financiamiento bancario de las Pymes de alta tecnología. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 3-12.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592317300050>
- Herencia, C. A. C. (2022). La transformación digital y su importancia en las pymes. *Iberoamerican Business Journal*, 5(2), 64-81.
<https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/IBJ/article/view/264>
- Hernández-Gil, C., Figueroa-Ramírez, E. F., & Correa-Corrales, L. E. (2018). Reposicionamiento de marca: el camino hacia la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 9(1), 33-46.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2027-83062018000200033&script=sci_arttext
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Gestión de marketing*. Pearson.
https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Kotler+y+Keller+%282016%29%2C+&btnG=
- Macario, E. D. M., & Gonzaga, E. A. (2019). Adopción de TIC en las PyMES de la industria del bordado y confección de uniformes en el Estado de Querétaro. *Revista Multidisciplinaria de Avances de Investigación*, 5(2), 12-23.
<https://www.remai.ipn.mx/index.php/REMAI/article/view/58>
- Maldonado-Nova, V. (2022). El Rol del Talento Humano en la Transformación Digital de las Empresas Ecuatorianas. *Revista Científica Zambos*, 1(2), 34-50.
<https://revistaczambos.utelvtsd.edu.ec/index.php/home/article/view/26>



- Marín López, J. C., & López Trujillo, M. (2020). Análisis de datos para el marketing digital emprendedor: Caso de estudio del Parque de Innovación Empresarial de Manizales. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 65-78.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-46392020000100065&script=sci_arttext
- Mesa, J. F. B., Pareja, F. Á., & González-Pérez, M. A. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. *AD-minister*, (20), 63-90.
<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/1343>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.
https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt
- Pavón Sierra, D. E., Villa Andrade, L. C., Rueda Manzano, M. C., & Lomas, E. X. (2019). Control interno de inventario como recurso competitivo en una PyME de Guayaquil. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 860-873.
<https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-venezolana-de-gerencia/articulo/control-interno-de-inventario-como-recurso-competitivo-en-una-pyme-de-guayaquil>
- Piñero, H. R., Pacheco, A. M., & Moreira, P. Q. (2018). Clima y cultura organizacional y su relación con el cambio gerencial de organizaciones tradicionales a organizaciones inteligentes. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 130-149. <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/270>
- Quiñonez, C. J. M., & Rodríguez, T. C. C. (2017). Las PYMEs y su incorporación en las TICs, Manta, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 734-741.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6234739>
- Rodríguez, M. M., Cortés, V. S., & Capítulo, I. (2010). Del extensionismo a las redes de innovación. *Del extensionismo agrícola a las redes de innovación*, 282.
182



<https://www.researchgate.net/profile/Horacio-Santoyo->

[2/publication/274064872_Del_extensionismo_a_las_redes_de_innovacion/links/55133c430cf283ee08337881/Del-extensionismo-a-las-redes-de-innovacion.pdf](https://www.researchgate.net/publication/274064872_Del_extensionismo_a_las_redes_de_innovacion/links/55133c430cf283ee08337881/Del-extensionismo-a-las-redes-de-innovacion.pdf)

Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. 593 *Digital Publisher CEIT*, 5(5), 191-200. doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337

Salvadó, I. E. (2016). Tipos de muestreo. *Investigación científica [presentación de diapositivas]*. <http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo>.

Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.

Serrato Guana, A. D. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (46), 161-186. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762019000100161&script=sci_arttext

Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A. J., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A., & Leo-Amador, G. E. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15). <https://core.ac.uk/reader/236413540>

Zevallos, E. (2006). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(20), 75-96. <https://www.redalyc.org/pdf/3607/360735259004.pdf>



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ



SAPIENTIAE
