

DOI: <https://doi.org/10.46296/rc.v6i11edespfeb.0115>

Factores sociales y tecnológicos que influyen en la supervivencia de los microrestaurantes de Guayaquil, 2021

Social and technological factors that influence the survival of micro-restaurants in Guayaquil, 2021

Calderón-Quijije Elizabeth del Carmen

Magister en Administración de Empresas, Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.

Correo: elizabeth.calderonqu@ug.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5376-4798>

Abad-Alvarado Guillermo

Magister en Administración de Empresas, Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.

Correo: guillermo.abad@ug.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9781-1920>

Luy-Navarrete Wayky Alfredo

Doctor en Administración de la Educación, Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes, Perú.

Correo: wluy@untumbes.edu.pe

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0334-2498>

Merino-Velásquez Jesús

Doctor en Administración, Universidad Nacional de Tumbes. Tumbes, Perú.

Correo: jmerinov@untumbes.edu.pe

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3301-4487>

RESUMEN

La supervivencia de los microrestaurantes de las ciudades de Guayaquil dependen de diversos factores, donde los factores sociales y tecnológicos son parte fundamental. La importancia de la gestión ambiental y la gestión de talento humano puede permitir que estas organizaciones tengan un desarrollo sostenible. Del mismo modo, la percepción de ellos clientes sobre las características que deben tener estos microrestaurantes es fundamental, lo que conlleva a determinar el posicionamiento en el mercado. Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es determinar los factores sociales y tecnológicos como condicionantes en la supervivencia de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil. La metodología utilizada se basó en un diseño no experimental con nivel de campo y un tipo de investigación descriptiva y explicativo. Los resultados determinaron que la gestión ambiental influye significativamente en la gestión del talento humano, en la innovación y en la tecnología; del mismo modo, los clientes determinan los factores como atención al cliente, calidad del servicio y producto, interacción con los microrestaurantes, los procedimientos que involucren el menor impacto ambiental, entre otros son los más destacados para el posicionamiento en el mercado. Como conclusión, la gestión ambiental es uno de los principales factores sociales que incide en el desarrollo de la rentabilidad, productividad y sostenibilidad de los microrestaurantes, donde el uso de los protocolos de

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 13 de diciembre de 2022.

Fecha de aceptación: 20 de febrero de 2023.

Fecha de publicación: 27 de febrero de 2023.



elaboración de los procedimientos, productos o servicios deben ser generadores del menor impacto ambiental, aunado a los otros aspectos de la gestión de calidad total.

Palabras claves: supervivencia, gestión ambiental, gestión de talento humano, innovación, tecnología.

ABSTRACT

The survival of micro-restaurants in the cities of Guayaquil depends on various factors, where social and technological factors are a fundamental part. The importance of environmental management and human talent management can allow these organizations to have sustainable development. In the same way, the perception of customers about the characteristics that these micro-restaurants should have is fundamental, which leads to determining the positioning in the market. Therefore, the objective of this research is to determine the social and technological factors as determining factors in the survival of micro-restaurants in the city of Guayaquil. The methodology used was based on a non-experimental design at the field level and a type of descriptive and explanatory research. The results determined that environmental management significantly influences the management of human talent, innovation and technology; In the same way, customers determine factors such as customer service, service and product quality, interaction with micro-restaurants, procedures that involve the least environmental impact, among others, are the most prominent for market positioning. In conclusion, environmental management is one of the main social factors that affects the development of profitability, productivity and sustainability of micro-restaurants, where the use of protocols for the preparation of procedures, products or services must generate the least impact. environment, coupled with the other aspects of total quality management.

Keywords: survival, environmental management, human talent management, innovation, technology.

1. INTRODUCCIÓN

Una parte importante en cualquier organización es la de ofrecer productos o servicios que cumplan con los protocolos internacionales de calidad total; es decir, calidad en el desarrollo de la actividad sin comprometer al medio ambiente y sin perjudicar la salud y bienestar laboral de los trabajadores. Del mismo modo, estos procedimientos ayudan a fortalecer el sentido de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Gallardo y Sánchez (2013) señalan que la RSE ayuda a que las microempresas compitan en mejores situaciones en el mercado.

La competencia y el desarrollo dentro de un mercado requiere de la aplicación de estrategias que sean evaluadas a través de indicadores que manifiesten la importancia de los recursos tecnológicos para así generar la sostenibilidad de las organizaciones. Dentro de estas estrategias esta la utilización de las

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Ferrer (2021) comentan que las TIC permiten una mejora en los procesos de las microempresas a través de la gestión administrativa.

De la misma forma, las TIC se han intensificado en los últimos años gracias a los avances tecnológicos producto del crecimiento exponencial de los equipos de comunicación, como es el caso de los teléfonos inteligentes. A través de estos dispositivos se puede hacer conexión directa con las páginas web y las redes sociales. Esta vinculación permite un incremento de la productividad en los negocios, gracias al incremento de los clientes por medio de aplicaciones en la web. Las tecnologías aplicadas en la interacción con el cliente, por ejemplo, sistemas de reservas online, menús interactivos, permiten a las empresas ser competitivas, lo cual mejora la planeación, comunicación y la organización del servicio.

Esta situación permite desarrollar las fortalezas y las oportunidades en diversos emprendimientos. La utilización de estas herramientas permite que los emprendimientos sean sostenibles, tal como lo menciona la investigación de Lasio et al. (2020) donde el índice de los emprendimientos en mantenerse operando en el mercado por más de 42 meses es del 14.7%.

Sin embargo, muchos de estos emprendimientos no cumplen con las exigencias de los entes gubernamentales, por lo que se convierten en fuertes competidores en los microemprendimientos organizados. Esta situación genera una ventaja en los servicios y productos con precios muchos más bajos. Segura (2020) manifiesta que existen una gran cantidad de microempresas dedicadas a los servicios que hacen dividir los mercados permitiendo la salida del mismo, la baja rentabilidad y problemas para desarrollar ventajas competitivas.

En este sentido, en la actualidad los negocios a nivel mundial se encuentran rodeados por los constantes cambios tecnológicos, competitividad empresarial, cambios demográficos, políticos y culturales. Los mercados globalizados exigen que las empresas sean dinámicas, cambiantes, rápidas, que dispongan de: conocimientos, competencias, recursos, habilidades y, talento humano que sumen estas características. Las microempresas son importantes en la

economía de cualquier sector, su horizonte debe ser mejorar la competitividad no solamente a nivel local sino también a nivel global, lo cual es posible gracias a la oportuna adopción de la RSE y de las TIC.

El desarrollo de la RSE conjuntamente con las TIC permite que se puedan ofrecer nuevos mecanismos de apoyo en el desarrollo de nuevas estrategias competitivas, a través de la mejora en la atención del cliente y calidad en el trato con los colaboradores, por lo que el rendimiento de estas organizaciones tiene un incremento (Gallardo y Sánchez, 2013). No obstante, la no implicación de estos mecanismos produce desventajas ante otras competencias, lo cual puede producir cierre total de la empresa. Álava (2017) señala que los factores para que eso suceda pueden ser la falta de publicidad, la fuerte competitividad cerca del emprendimiento, las políticas económicas aplicadas por el Estado, no contar con una planificación estratégica y no tener en sus filas colaboradores comprometidos con el desarrollo.

Por otra parte, Guayaquil cuenta con un considerable número de microempresas de restaurantes formales e informales, lo cual cubre un amplio espacio comercial con una demanda considerable en el mercado local, convirtiéndose en motor de desarrollo económico de la ciudad, generando plazas de empleo, e inversiones. Son 196 microempresas activas con locales de comida en Guayaquil, registradas formalmente en la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros (SCVS), presentan en los estados financieros en el año 2019 como utilidad neta: el 4.38% superior a 10 000 dólares; el 27.50% entre 10 000 y 3 dólares; y, el 68.03% menor a \$0. Estas cifras alarmantes evidencian que estas empresas podrían subsistir por poco tiempo si no se toman medidas inmediatas.

De acuerdo con la dinámica apresurada del mercado, las microempresas necesitan invertir en tecnologías y equipos de desarrollo que les permitan mejorar los procesos, aporten más valor a la organización, para lograr alcanzar mayor aportación en el mercado. Las innovaciones van de la mano con la tecnología, permitiendo el empoderamiento de las empresas y hacerlas destacar entre la competencia, a través del marketing de los restaurantes para llegar a los clientes. Las redes sociales, canales de distribución y las plataformas tecnológicas han sido fundamentales en esta revolución, que sin duda está beneficiando tanto a los negocios de comida como a los clientes.

Ante esta situación, esta investigación se fundamenta en la exploración de factores sociales y tecnológicos que inciden en la supervivencia, éxito, competitividad, crecimiento y rendimiento de las microempresas de restaurantes en Guayaquil. La metodología por emplear será recolectar información de la situación actual de las microempresas con respecto al ámbito social: talento humano, medio ambiente, lo económico; con relación a lo tecnológico: innovación y tecnología. Con respecto a la supervivencia de las microempresas, se revisarán información actualizada del rendimiento, competitividad y crecimiento de las microempresas de restaurantes en Guayaquil.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología aplicada es de tipo cuantitativa. Según Palella y Martins (2010) este tipo de metodología desarrolla el análisis de la investigación a través de los resultados de instrumentos de recolección de datos aplicados a una muestra de estudio, por lo que las soluciones se encuentran dentro de dicho énfasis investigativo. Para el presente caso, la metodología de investigación se desarrolló en función de los resultados de la encuesta aplicada a los encargados de los microrestaurantes de Guayaquil y los clientes de las mismas, las cuales describirán la influencia de los factores sociales y tecnológicos en la supervivencia de estas organizaciones.

Del mismo modo, el diseño de la investigación es no experimental con nivel de campo y de tipo descriptivo y explicativo. Hernández et al. (2014) comentan que la investigación descriptiva especifica características de cualquier fenómeno de estudio, las cuales pertenecen a un grupo o población. La presente investigación pretende describir los aspectos y opiniones de la muestra estudio sobre si los factores sociales y tecnológicos inciden en la sobrevivencia de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil.

La metodología explicativa, según Sánchez et al. (2018), desarrolla el análisis de las causas y los efectos de diversas fenómenos básicos o sociales de estudio. Es necesario determinar cuáles son las causas de las tendencias de la muestra estudio sobre la importancia de los factores sociales y tecnológicos en los

microrestaurantes, así ver si existen efectos considerables de la influencia de estas situaciones en la supervivencia de estas organizaciones.

Asimismo, la población de estudio son los 196 microrestaurantes que se desarrollan dentro de la ciudad de Guayaquil y los clientes que pueden visitar estos establecimientos es la cantidad de población que habita la ciudad de Guayaquil, que según el censo del 2010 aplicado por el INEC (2010) es de 2.350.915 habitantes. La muestra es finita y causal, lo cual está determinada por una ecuación matemática, donde los resultados se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Población y muestra de estudio de la investigación.

	POBLACIÓN	MUESTRA
Microrestaurantes	196	130
Clientes	2.350.915	384

Fuente: (Autor, 2023)

Para poder analizar las opiniones de las muestras de estudio se debe aplicar unas técnicas e instrumentos de recolección de datos. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario. La encuesta y el cuestionario son una técnica e instrumento, económicos y muy amplios, destinados a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador (Palella y Martins, 2010). La presente investigación presenta dos encuestas, una para los encargados de los microrestaurantes y la otra para los clientes de los mismos. Dentro de la encuesta a los encargados se cuenta con un cuestionario de 17 preguntas las cuales describen los factores sociales y tecnológicos y la encuesta para los clientes cuenta con un cuestionario de 11 preguntas que describen la supervivencia de los microrestaurantes en función del indicador posicionamiento en el mercado.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados a las dos muestras de estudio se procedió a analizar los mismos a través del alfa de Cronbach. Según Palella y Martins (2010) el alfa de Cronbach mide la confiabilidad a partir de la consistencia interna de los instrumentos aplicados, lo cual se logra con la

correlación de los ítems entre sí. Los resultados del alfa de Cronbach en los instrumentos aplicados se desarrollan en la Tabla 2 y Tabla 3, respectivamente.

Tabla 2. Estudio de confiabilidad a través del alfa de Cronbach de la encuesta aplicada a los encargados de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil.

ESCALAS		K	ΣVi	Vt	α
Factores Sociales	Gestión Ambiental	4	3,48076923	11,34859869	0,924381905
	Gestión de Talento Humano	4	3,39349112	10,49994037	0,902411378
Factores Tecnológicos	Innovación	4	3,95710059	12,62426953	0,915397538
	Tecnología	5	4,84467456	18,62850328	0,924915204
TOTAL		17	15,6760355	202,6333333	0,980303318

Fuente: (Autor, 2023)

Tabla 3. Estudio de confiabilidad a través del alfa de Cronbach de la encuesta aplicada a los clientes de la ciudad de Guayaquil.

ESCALAS		K	ΣVi	Vt	α
Supervivencia de los Microrestaurantes	Posicionamiento en el Mercado	10	6,517751479	46,91595273	0,956751119

Fuente: (Autor, 2023)

Según los resultados de la Tabla 2 y de la Tabla 3 muestran que los instrumentos de recolección de datos muestran una alta confiabilidad por lo que las preguntas fueron bien planteadas, lo que garantiza que el estudio de los factores sociales y tecnológicos juegan un papel importante en el desarrollo de los microrestaurantes de Guayaquil; de la misma manera, se puede decir que las preguntas de la encuesta aplicada a los clientes determina que son correctas al momento de determinar la supervivencias de estas organizaciones a través del análisis del posicionamiento en el mercado.

Por otra parte, se determinó una correlación entre las dimensiones factores sociales y factores tecnológicos, los cuales proviene de la encuesta aplicada a los encargados de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil. El resultado se detalla en la Tabla 4.

Tabla 4. Correlación de Pearson, de los factores sociales y psicológicos, aplicada a los encargados de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil.

	Factores Tecnológicos
Factores Sociales	0,978399089

Fuente: (Autor, 2023)

Los resultados de la Tabla 4 muestran que hay una alta incidencia y relación entre los factores sociales sobre los factores tecnológicos. Las características de la atención al cliente, la presentación de los productos ofrecidos, la calidad del servicio ofrecido los cuales son producto de la gestión ambiental tiene incidencia sobre los aspectos de innovación y tecnología que pueda ofrecer estas organizaciones. Esta situación tiene que ver con la RSE que deben aplicar los microrestaurantes con el fin de generar una mayor productividad lo cual conlleva a una mayor rentabilidad, generando sustentabilidad y sostenibilidad.

La RSE ejerce un papel importante en el desarrollo de las organizaciones, a través del trabajo mancomunado de sus trabajadores en desarrollar las soluciones que permitan satisfacer las necesidades de los clientes. Lara y Sánchez (2022), señala que la RSE busca engranar sectores como los colaboradores, la alta gerencia, proveedores y los clientes en un fin común el desarrollo de producto y servicios que generaren satisfacciones en común., permitiendo que se cumplan los niveles de exigencia en las estrategias de competitividad y desarrollando la supervivencia de la organización.

Esta situación toma más peso, cuando la RSE tiene como aspectos vinculantes el desarrollo de los mecanismos de calidad total los cuales considera a la calidad del producto y servicio que prestan los restaurantes, la utilización de la energía laboral con el menor impacto ambiental posible y con el respeto hacia la seguridad y ambiente laboral donde se desenvuelven los colaboradores de la organización. Según Rojas et al. (2021) la Comisión de Economía para América Latina y el Caribe (CEPAL) manifestó que la RSE es uno de los mecanismos que utilizan las organizaciones para su desarrollo basándose en aspecto éticos, legales y comerciales que buscan ayudar a mejorar la eficiencia, productividad y calidad por medio de las tomas de decisiones acertadas de los responsables y colaboradores de las organizaciones.

Del mismo modo, se determinó la correlación que pueden existir entre los indicadores de los factores sociales y tecnológicos, los cuales se detallan en la Tabla 5. Los indicadores de los factores sociales inciden directamente en el comportamiento de los indicadores de los factores tecnológicos. La gestión ambiental afecta considerablemente la gestión del talento humano, la innovación y la tecnología. El desarrollo de un servicio o producto debe ir enfocado en la práctica de mecanismos que permitan la disminución del impacto ambiental. Los microrestaurantes deben utilizar subproductos que sean de mayor agrado al medio ambiente, así como los procesos de elaboración de los platos deben cumplir con las normas de calidad que involucran a la conservación del medio ambiente.

Tabla 5. Correlación de Pearson, de los indicadores de los factores sociales y tecnológicos, aplicada a los encargados de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil.

		Factores Sociales		Factores Tecnológicos	
		Gestión Ambiental	Gestión de Talento Humano	Innovación	Tecnología
Factores Sociales	Gestión Ambiental		0,93597928	0,95511481	0,93859175
	Gestión de Talento Humano			0,95618016	0,97207626
Factores Tecnológicos	Innovación				0,96938681
	Tecnología				

Fuente: (Autor, 2023)

Para poder desarrollar una gestión de talento humano es necesario poder aplicar criterios de conservación del medio ambiente, los cuales se pueden manifestar dentro de la norma ISO 14001, la cual plantea los mecanismos de protección al medio ambiente. Se debe forjar una cultura que esté involucrada con estos mecanismos de control ambiental, debido a que los recursos humanos son los principales recursos que cuenta una organización y de ellos depende de la funcionabilidad y sostenibilidad de la misma. Pantoja (2019) señala que la gestión del recurso humano debe ir en función de los objetivos institucionales y dentro de estos se encuentra el desarrollo de la productividad con el menor impacto ambiental posible.

Es entonces que la gestión ambiental se considera un parámetro de gran importancia dentro de la organización. Los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil deben tener procedimientos que brinden el desarrollo de los productos y servicios regidos por las normas internacionales que protegen al medio ambiente. Entonces la gestión ambiental, tal como lo comenta Vidal y Asuaga (2021), permite desarrollar estrategias que no involucren un impacto ambiental generando procesos que generen contaminación en sus diferentes formas.

Esta misma gestión ambiental controla la innovación y la tecnología. Estos factores deben in en consonancia con los avances tecnológicos. La innovación y la tecnología den romper los esquemas de su producción que solo se enfoca en las necesidades de las sociedades, sino que también debe involucrarse con el respecto al medio ambiente y a sus ecosistemas. Robbins y Coulter (2014) manifiestan un concepto clásico de la innovación ligada a las empresas, donde se caracteriza por desarrollar una productividad en función de las nuevas ideas que permiten crear nuevos procedimientos, procesos, productos o servicios que tengan una eficiencia y una efectividad alta cumpliendo con las necesidades de quien los requiera.

De la misma forma, la tecnología debe ir enfocada en el desarrollo de procesos conciliadores con el medio ambiente. La tecnología creada con el fin de poder mitigar el impacto ambiental debe ser el fin común para quienes la desarrollan. Alarcón (2018) comenta que la tecnología permite generar la optimización de recursos, cubrir demandas en tipos más cortos y con mayor calidad, aumentar la rentabilidad y desarrollar la sostenibilidad de la organización.

Una causa de desarrollo de estas consecuencias de la tecnología es la utilización de las TIC, específicamente el uso de los teléfonos móviles y las diversas aplicaciones que se han construido como puentes entre las personas y las ventanas productivas, sociales y culturales del mundo. Blanco e Iglesias (2022) señalan que dentro de las tecnologías se encuentra el uso de las redes sociales como mecanismos de comunicación avanzado, esto permite una completa interacción entre los usuarios, por lo que el acceso de la información es muy más completo y al instante.

La utilización de las tecnologías innovadoras ayuda a minimizar el impacto ambiental, debido a que no se genera producción de papel o demás subproductos que permiten la comunicación directa entre los clientes y los microrestaurantes. La gestión ambiental se enfoca en estos tipos de acciones que permiten un mejor compromiso con los protocolos y normas internacionales de protección al medio ambiente.

La gestión del talento humano también incide en la innovación y en la tecnología que deben desarrollar los microrestaurantes. El recurso humano es quien permite generar las ideas que ayuden a aumentar la eficiencia, eficacia, la productividad y la calidad de los productos y servicios, sea a través del uso de la innovación y la tecnología. El recurso humano tiene la capacidad de poder generar la competitividad utilizando tecnologías innovadoras. La puesta en escena de nuevos mecanismos utilizando las redes sociales, plataformas digitales y demás recursos digitales brinda un paso adelante con aquellas organizaciones que no brindan a sus clientes estas ventanas comunicativas.

Asimismo, la innovación incide directamente a la tecnología. Las tecnologías se han desarrollado gracias a la innovación que proviene de la generación de ideas y las tomas de decisiones de los encargados de producirlas. La tecnología está vinculada directamente con la innovación, por lo que las tecnologías innovadoras deben ir en función de dar respuesta a las necesidades de la sociedad sin comprometer al medio ambiente.

Por otra parte, en la Tabla 6 se visualizan los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil. Los resultados muestran que el posicionamiento en el mercado juega un papel clave para la sobrevivencia de las organizaciones. La atención al cliente, los productos realizados con calidad, el servicio enfocado en la satisfacción del cliente, los canales de marketing en la vanguardia tecnológica, utilización de mecanismos innovadores para captar a los clientes y el desarrollo de las actividades con el menor impacto ambiental son los objetivos que buscan los clientes al momento de seleccionar un microrestaurant.

Tabla 6. Resultados de la encuesta aplicada a los clientes de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil.

PREGUNTAS	RESPUESTAS	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
		%	%	%	%
1.- ¿El servicio y la atención al cliente, son factores claves e importantes para regresar a un restaurante?		2	8	37	53
2.- ¿La presentación y calidad de la comida son elementos primordiales para volver a un restaurante?		1	7	23	69
3.- La relación precio con la cantidad de la comida son elementos primordiales para volver a un restaurante?		2	4	35	59
4.- ¿La infraestructura, limpieza y el orden es un factor relevante para seleccionar un restaurante?		2	8	46	44
5.- ¿Es de su preferencia que los utensilios con los que se sirve los alimentos en un restaurante sean material no plástico?		5	10	32	53
6.- ¿Las redes sociales son un elemento importante de referencia en el momento de seleccionar un restaurante?		3	7	44	46
7.- ¿Las aplicaciones en los dispositivos móviles han influido en seleccionar un restaurante?		2	6	36	56
8.- ¿Es de su preferencia realizar pedidos en un restaurante a través de aplicaciones en los dispositivos móviles?		2	7	38	53
9.- ¿Es de su preferencia llamar al restaurante, realizar el pedido y luego retirarlo?		2	9	30	59
10.- ¿Considera Usted algún otro factor importante para posicionar un restaurante en su mente?		3	7	52	38

Fuente: (Autor, 2023)

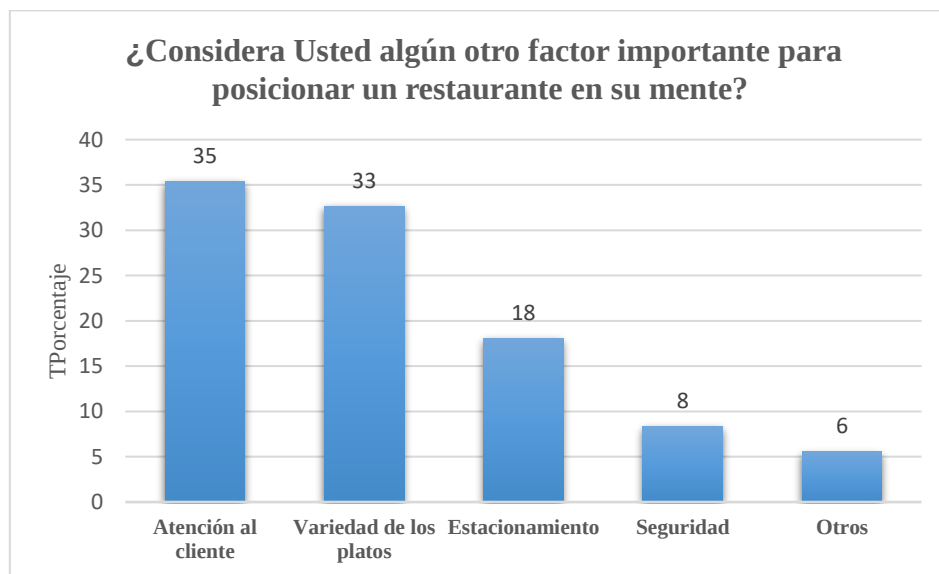
Cada uno de estos factores incide directamente en la sostenibilidad de estas pequeñas organizaciones; además, de otras causas como el entorno socioeconómico, las políticas o mecanismos económicos que implementa el estado, la posición geográfica, entre otros. Esta situación la manifiesta Valenzuela et al. (2019) donde la supervivencia está ligada a las tasas de interés, políticas contra el desempleo, así como de las características de las organizaciones.

Los mecanismos que permiten el incremento de la rentabilidad y la productividad están asociados a las estrategias de posicionamiento en el mercado. En la actualidad utilizar las herramientas que ofrece las nuevas TIC es para de este crecimiento. Existen teorías que involucran la relación del individuo y las nuevas TIC (equipos y software tecnológicos) a través de lo que se denomina apropiación de las TIC. Andrés (2014) manifiesta que la apropiación de las TIC es aquella en las cuales las personas obtienen un beneficio al usar estas

tecnologías, por lo que el uso de las aplicaciones y redes sociales es para fundamental en la interacción entre los microrestaurantes y los clientes por lo que la supervivencia tiene una alta probabilidad dentro de estas organizaciones.

De la pregunta 10 que se encuentra en el cuestionario de la encuesta aplicada a los clientes de los microrestaurantes se desprende otros factores de posicionamiento de estas organizaciones en la sociedad, donde los resultados se destacan en la Figura 1. De aquí la atención al cliente, la variación de los platos y lugar de estacionamiento son los factores principales para ser tomados en cuenta a la hora de seleccionar los restaurantes. Estos indicadores sumados al desarrollo de procedimientos que estén de la mano con los factores de la gestión de la calidad total pueden brindar una mejor experiencia en los clientes y con ello ganarse la fidelidad y así lograr la supervivencia de los mismos.

Figura 1. Otros factores importantes en el posicionamiento de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil.



Fuente: (Autor, 2023)

4. CONCLUSIONES

Los factores sociales como la gestión ambiental y la gestión del talento humano son vitales para el desarrollo de la sostenibilidad de los microrestaurantes de la ciudad de Guayaquil. Los procesos para el desarrollo de los productos y servicios deben ir de la mano con los protocolos de la gestión de calidad total, donde debe existir sinergia entre la calidad de los procedimientos involucrando un menor

impacto ambiental y con el respeto por la seguridad y ambiente laboral de los colaboradores. La gestión ambiental incide directamente sobre la gestión de talento humano. El recurso humano debe ir enfocado en el desarrollo de actividades que permitan generar espacios libres de contaminación cumpliendo con las exigencias de la ISO 14001. Son los colaboradores los que brindan una mejor forma de desarrollar nuevas formas y estrategias de atención al cliente.

Esta gestión ambiental también influye directamente en los factores tecnológicos. La innovación y la tecnología son parte del desarrollo del rendimiento y productividad. La tecnología procede de la innovación y esta de las ideas y tomas de decisiones de las personas involucradas en su desarrollo. La tecnología innovadora debe ir de la mano con los procedimientos desarrollados en la protección del medio ambiente, donde dichas herramientas o instrumentos deben generar el menor impacto ambiental. Uno de los ejemplos de dichas tecnologías son el uso de los equipos y aplicaciones tecnológicas, las cuales permiten una comunicación más directa sin utilizar las herramientas tradicionales que pueden generar contaminación. El uso de los teléfonos inteligentes, las aplicaciones y las redes sociales son los vehículos que permiten una interacción más efectiva entre los clientes y los microrestaurantes.

REFERENCIAS

- Alarcón, M. d. (2018). Estudio de la Ciencia-Tecnología en la Responsabilidad Social y el Talento Humano. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775012/29058775012.pdf>
- Alava, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 76-90.
- Andrés, G. (2014). Una aproximación conceptual a la “apropiación social” de TIC. *Question/Cuestión*, 1(43), 17-31. Obtenido de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2227>
- Blanco, A., & Iglesias, J. (2022). El Marketing a través de las redes sociales. *Revista de Administración y Dirección de Empresas*, 315-331.
- Ferrer, D. R. (2021). Adopción e impacto de las TIC en la gestión de microempresas. *Revista científica. Ciencias sociales*, 49-68.

- Gallardo, V. D., & Sánchez, H. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. Obtenido de <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/878/1004>
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México, D. F. - México: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S.A.
- INEC. (2010). Censo de Población y Vivienda. Quito, Ecuador.
- Lara, I. A., & Sánchez, J. (Enero-Junio de 2022). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. Revista Mercados y Negocios, 22(43). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632021000100097&script=sci_arttext
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (20 de 10 de 2020). Global Entrepreneurship Monitor ECUADOR 2019 - 2020. Obtenido de ESPOL-ESPAE Escuela de negocios: <https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/>
- Palella, S., & Martins, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas, Venezuela: FEDUPEL, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Pantoja, G. (Julio-diciembre de 2019). Gestión del talento humano en micro, pequeñas y medianas empresas de servicios en Colombia: aproximaciones a un modelo de diagnóstico organizacional. Revista Escuela de Administración de negocios(87), 13-26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/206/20663246001/20663246001.pdf>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2014). Administración. México: Pearson.
- Rojas, I. S., Rossetti, S. R., & Coronado, M. A. (Enero de 2021). Gestión del conocimiento y responsabilidad social empresarial en agronegocios caso: Hermosillo, Sonora. Revista Mexicana de Agronegocios, 48, 642-655. Obtenido de <https://ageconsearch.umn.edu/record/312347/>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma, Vicerrectorado de Investigación. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>
- Segura, M. F. (2020). El perfil emprendedor y la intensidad competitiva del mercado como predictores de supervivencia en microempresas mexicanas. Contaduría y administración, 1-27.

- Valenzuela , A., Galvez, F., & Sepulveda , J. (2019). Determinantes del ciclo de vida de las microempresas en Chile basado en un modelo de duración. *Revista Espacios*, 40(30), 20. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n30/19403020.html>
- Vidal, A., & Asuaga, C. (2021). Gestion ambiental en las organizaciones: Una revisión de la literatura. *Revista del Instituto Intrnacional de Costos*, 18, 84-122. Obtenido de <https://intercostos.org/ojs/index.php/riic/article/view/33/24>