



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**BENEFICIOS DE USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA PYMES DE
EVENTOS SOCIALES DE GUAYAQUIL.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Ingeniera Comercial y Licenciada en
Administración De Empresas

AUTORAS:

Daniela Estefania Ullauri Morán

Graciela Rebeca Vargas Vera

TUTOR:

Cpa. Juan Emilio Balás León, MBA.

Guayaquil – Ecuador

2024

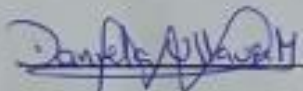
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, DANIELA ESTEFANIA ULLAURI MORÁN con documento de identificación Nro. 0931735435 y GRACIELA REBECA VARGAS VERA con documento de identificación Nro. 0931033492, manifestamos que:

Somos las autoras y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil 30 de mayo del año 2024

Atentamente,

	
Daniela Estefanía Ullauri Morán	Graciela Rebeca Vargas Vera
0931795435	0931033492

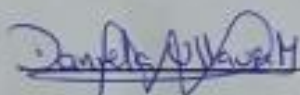
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotras, DANIELA ESTEFANIA ULLAURI MORÁN con documento de identificación No. 0931735435 y GRACIELA REBECA VARGAS VERA con documento de identificación No. 0931033492 expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autoras del Artículo Académico: BENEFICIOS DE USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA PYMES DE EVENTOS SOCIALES DE GUAYAQUIL, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera Comercial y Licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil 30 de mayo del año 2024

Atentamente,



Daniela Estefanía Ullauri Morán

0931795435



Graciela Rebeca Vargas Vera

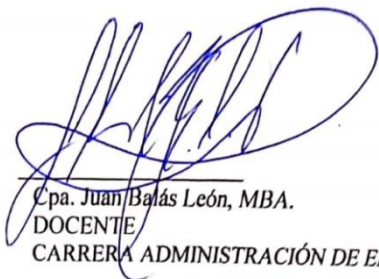
0931033492

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, JUAN EMILIO BALAS LEÓN con documento de identificación Nro. 0909591208, docente de la Universidad POLITECNICA SALESIANA - SEDE GUAYAQUIL declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación : BENEFICIOS DE USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA PYMES DE EVENTOS SOCIALES DE GUAYAQUIL realizado por DANIELA ESTEFANIA ULLAURI MORAN con documento de identificación Nro. 0931735435 y por GRACIELA REBECA VARGAS VERA con documento de identificación Nro. 0931033492, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción ARTICULO ACADEMICO que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 30 de mayo de 2024

Atentamente,



Cpa. Juan Balás León, MBA.
DOCENTE
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cpa. JUAN EMILIO BALÁS LEÓN
0909591208

Beneficios de uso de herramientas digitales para Pymes de eventos sociales de Guayaquil

Benefits of using digital tools for SMEs of social events in Guayaquil

Dullaury@est.ups.edu.ec
Gvargasv1@est.ups.edu.ec

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar los beneficios del uso de herramientas digitales para las pymes de eventos sociales de Guayaquil, a través de la identificación de las principales herramientas digitales y, la evaluación de su nivel de utilidad en términos de eficiencia, alcance de mercado y gestión de clientes. Así mismo, se desarrolló una propuesta de estrategias para incrementar las ventas. El método fue inductivo, de nivel exploratorio y enfoque mixto y, las herramientas usadas fueron las entrevistas a 246 pymes e investigación documental. Los resultados de la investigación mostraron las principales herramientas usadas y sus beneficios, el área en la que mayor impacto tienen y las estrategias para incrementar las ventas. Las herramientas digitales más usadas son: redes sociales, plataformas de marketing y publicidad y, plataformas financieras. Los beneficios principales son: incremento en alcance, ventas y reconocimiento de marca, optimización de inscripciones y reservas, planificación eficiente de actividades y, seguimiento eficiente del presupuesto. El área en el que mayor impacto tiene el uso de herramientas digitales es el proceso de gestión en la planificación en sí de los eventos. Las estrategias propuestas están relacionadas al incentivo a través de cupones, concursos y descuentos de la ejecución de eventos durante los horarios del día. Así mismo, se propone implementar medidas de seguridad y facilidades de pago y, que todas las estrategias sean comunicadas a través de las redes sociales y plataformas de mailing.

Palabras Claves

Pymes, herramientas digitales, marketing, impacto, beneficios

Abstract

The present research had the objective of analyzing the benefits of the use of digital tools for SMEs of social events in Guayaquil, through the identification of the main digital tools and, the evaluation of its level of utility in terms of efficiency, market scope and customer management. Likewise, a strategy proposal was developed to increase sales. The method was inductive, exploratory, and mixed approach and, the tools used were the interviews to 246 SMEs and documentary research. The results showed that the main tools used and their benefits, the area in which they have the greatest impact and strategies proposed to increase sales. The most used digital tools are social networks, marketing and advertising platforms and financial platforms. The main benefits are increasing scope, sales and brand recognition, optimization of registration and reservations, efficient planning of activities and efficient budget monitoring. The area in which the use of digital tools has the most impact is the management process in the planning of events. The proposed strategies are related to the incentive through coupons, contests and discounts for the execution of events during the day schedules. Likewise, it is proposed to implement security measures and payment facilities and that all strategies are communicated through social networks and mailing platforms.

Keywords

SMEs, digital tools, marketing, impact, benefits

1. Introducción

La organización de eventos sociales es un proceso que comprende el diseño, planificación y producción de varios tipos de reuniones, tales como: congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones, entre otros. Algunas de las gestiones que implica la organización de un evento son: desarrollo de presupuesto, elaboración de un cronograma, selección y reserva de espacios físicos, tramitación de permisos y autorizaciones, gestión logística y, servicios de catering. (Barrero & Vásquez, 2010).

Las empresas que se dedican a la organización de eventos sociales tienen la misión de crear, negociar, planificar, coordinar y comunicar todo tipo de evento, desde la etapa de briefing hasta la etapa de la evaluación de resultados. (Fernández S. , 2022)

Para el 2022, el sector de la organización de eventos proyectó un crecimiento del 4%, luego de registrar una tasa de crecimiento anual de -9%. Así mismo, se proyecta que hasta el 2026, el mercado laboral para los organizadores de eventos y empresas dedicadas a esta actividad crezca hasta un 11%. (Scott Max, 2022)

En los últimos años, hay un notable desarrollo en el ámbito tecnológico en Guayaquil. Cada vez más personas tienen acceso a dispositivos móviles y conexión a internet, lo que aumenta las oportunidades para las pymes de eventos sociales de utilizar herramientas digitales para promocionar y gestionar sus servicios.

Los consumidores actuales buscan información sobre los eventos sociales en línea, comparan precios, leen reseñas y se comunican con proveedores a través de plataformas digitales. Si las pymes de eventos sociales no están presentes en estos canales, corren riesgo de perder clientes y oportunidades de negocio. (Ascencio y otros, 2020).

Según un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Guayaquil (2019), el sector de eventos sociales ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, generando nuevas oportunidades para las pymes en el área. El uso de herramientas digitales como redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles permite a las pymes de eventos sociales llegar a un público más amplio y geográficamente disperso. Esto les brindará la oportunidad de promocionar sus servicios a nivel local y nacional, aumentando su visibilidad y captando potenciales clientes. Las herramientas digitales facilitan la comunicación directa y rápida entre las pymes de eventos sociales y sus clientes. A través de chats en línea, correos electrónicos o redes sociales, los clientes pueden realizar consultas, hacer reservas y solicitar cotizaciones de manera eficiente esto agiliza el proceso de contratación y mejora la calidad del servicio a los clientes. (Banchon & Bastidas, 2017).

El uso de herramientas digitales puede ayudar a las pymes de eventos sociales a optimizar sus procesos internos, como la gestión de inventario, el seguimiento de los pagos y la organización de horarios. Con software especializado, estas tareas se vuelven más eficientes y menos propensas a errores, lo que permite a las pymes ahorrar tiempo y recursos.

Las herramientas digitales permiten llegar a un público más amplio, incluso fuera de Guayaquil, por ejemplo, mediante el uso de marketing digital y publicidad en línea, las pymes pueden atraer clientes de otras ciudades interesados en contratar servicios para eventos sociales en la ciudad. (Amaya y otros, 2021)

Las tendencias digitales son un conglomerado de nuevas tecnologías que van de la mano con las necesidades actuales del sector al que están destinados, en el presente estudio se considera al sector comercial como el eje de aplicación de dichas tendencias.

Usar tecnología permite a las empresas ser más eficientes en todos los ámbitos empresariales por tal razón se ha hecho un mayor énfasis en su aplicación en todo tipo de negocios (Pesántez y otros, 2020)

El objetivo general de la investigación es analizar los beneficios del uso de herramientas digitales para las pymes de eventos sociales de Guayaquil. Los objetivos específicos son: Identificar las principales herramientas digitales disponibles para las pymes de eventos sociales en Guayaquil, evaluar el nivel de utilidad que tienen las herramientas digitales en términos de eficiencia, alcance de mercado y gestión de clientes para las pymes de eventos sociales en Guayaquil y, recomendar estrategias de uso de herramientas digitales que pueden implementar las pymes de eventos sociales en Guayaquil para incrementar sus ventas.

1.1. Definición de Pymes de Eventos Sociales

Una Pyme es el acrónimo que engloba el conjunto de pequeñas y medianas empresas, las cuales son definidas o denominadas de tal manera debido a varias características, dentro de ellos se encuentra el número de empleados que manejan y el volumen de facturación anual. Generalmente, a través de la creación de una Pyme es como los emprendedores deciden

introducirse al mundo empresarial (Cruz, 2023). Una Pyme es aquella empresa que tiene entre 10 y 199 empleados e ingresos anuales de entre \$100.000 y 5 millones de dólares. (Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, 2023)

Existen tres grandes bloques de servicios en los que se divide la organización de eventos, los cuales son: eventos sociales para particulares, tales como despedidas, bodas, fiestas, cumpleaños, revelación de género, entre otros; eventos corporativos para empresas, tales como presentaciones, congresos, inauguraciones, entre otros; y, eventos públicos para instituciones o asociaciones, tales como conciertos, exposiciones, espectáculos, entre otros.

Una pyme que se dedica a la organización de eventos divide sus servicios en siete bloques:

- La ubicación: Una pyme de organización de eventos se encarga de buscar el espacio más adecuado según el objetivo del evento y requerimientos del cliente. Algunas de las locaciones más comunes son: restaurantes, fincas, hoteles, salas y casas.
- La comida y bebida: Dentro de este bloque se incluye la gestión de catering y cafetería. Es importante tener en cuenta los posibles alérgenos, gustos o restricciones dietéticas de los usuarios.
- Preparación del lugar: Uno de los puntos clave del servicio de organización de eventos, incluye el mobiliario, diseño, decoración y organización.
- Personal para el evento: Todo aquel talento humano que se requiera para llevar a cabo el evento y, la pyme es la encargada de seleccionar a cada uno. Algunos ejemplos son: artistas, fotógrafos, periodistas y celebridades.
- Equipos y servicios técnicos: Todos los activos necesarios para la operación y ejecución del evento, tales como: cámaras, luces y micrófonos.
- Transporte: Todos aquellos medios de transporte que sean requeridos, así como el estacionamiento y desplazamiento hasta los establecimientos de recepción.
- Servicio extra o de apoyo: Los servicios extras entregados por las pymes de eventos sociales están relacionados con la publicidad en redes sociales, servicios gráficos, estilismo, entre otros. (ESNECA Business School, 2019)

1.2. Herramientas Digitales para Empresas de Eventos

La incorporación de las herramientas digitales en las pymes es indispensable en la economía actual, ya que a través de estas herramientas es posible alcanzar un mayor nivel de eficiencia y agilidad y reducir el número de errores dentro de la gestión. Las herramientas digitales permiten a las pymes obtener información de alto valor, lo cual les posibilita una mejor toma de decisiones basadas en hechos. (Gabau, 2022)

Debido a la complejidad de la organización de eventos, es importante que las pymes cuenten con herramientas digitales que les permitan agilizar la gestión y lograr una mayor eficiencia. Existen varias herramientas digitales que las pymes dedicadas a la organización de eventos tienen a su disposición:

1.2.1 Herramientas para la distribución del espacio:

AllSeated: Es un software que permite la creación de planos virtuales con el objetivo de visualizar de manera previa el aspecto que tendrá en salón, incluyendo el número de sillas, mesas, decorados y escenarios. Esta plataforma está relacionada con la distribución del espacio de los eventos. Adicionalmente permite trabajar de manera colaborativa entre clientes, proveedores y organizadores.

1.2.2 Herramientas para la gestión general:

Circa: Es una plataforma colaborativa que permite gestionar la organización de un evento desde principio a fin. Algunas de sus funciones son módulos de gestión de checklists, timing de tareas y entregas, seguimiento de presupuestos, gestión de viajes y análisis del impacto del evento en las redes sociales.

Eventbrite Organizador: Permite realizar gestiones relacionadas a la organización del evento, tales como: venta de entradas, creación de invitaciones y controles de acceso. (The Apartment, 2022)

1.2.3 Herramientas para el marketing y publicidad:

Redes sociales: Plataformas que permiten publicitar, comunicar e interactuar con otros miembros de manera virtual. Algunas de las redes sociales más usadas por las pymes de organización de eventos son: Instragram, Facebook y Twitter.

Hootsuite: Ayuda a gestionar las redes sociales de manera conjunta en un solo lugar. Dentro de sus utilidades se encuentran: programar los posts con anticipación y controlar las interacciones de los seguidores.

Socialmention: Brinda información sobre lo que la audiencia dice de la marca en redes sociales e internet. Así mismo, identifica palabras claves y hashtags que los usuarios asocian a la marca.
Marketo: Es una plataforma relacionada con el marketing mediante email. Ofrece la posibilidad de detectar el comportamiento de un público en específico y orientar las campañas de acuerdo con ello.

Easypromos: Permite a las pymes promocionar su marca, producto o evento de una manera interactiva. Varias de sus aplicaciones son: a través de sorteos, concursos, juegos, cuestionarios y cupones.

1.2.4 Herramientas de Customer Relationship Management:

Summa CRM: Brinda soluciones en la gestión de seguimiento a clientes potenciales.

Salesforce: Está orientada a la gestión de relaciones con clientes (CRM). A través de esta herramienta es posible generar clientes potenciales, darles seguimiento y potencializar la relación con ellos. (Asana, 2022)

Herramientas financieras:

Debitoor: Facilita el proceso de facturación y contabilidad para las pymes. (Baloriza Digital, 2023)

1.3. Beneficios del Uso de Herramientas Digitales para Pymes de Eventos Sociales

Los beneficios para las pymes de eventos sociales del uso de herramientas digitales son:

Expansión: A través de las herramientas digitales es posible llegar a mercados que actualmente no es posible llegar o que no se ha logrado alcanzar. La ubicación física de la empresa ya no será un determinante sobre la cantidad o características de los clientes que se puede alcanzar.

Mejor comunicación y relación con los clientes: A través de las herramientas de CRM es posible establecer mejores relaciones con los clientes y fortalecer las mismas, de tal manera que el nivel de engagement incremente y, por lo tanto, la satisfacción y frecuencia de compra de servicio de los clientes.

Incremento de productividad: Al tener acceso a información y datos de relevancia, la productividad de los equipos de venta y atención aumenta de manera considerable. Así mismo, es posible aumentar la tasa de retención de los clientes e incrementar el portafolio de clientes actuales.

Mayor eficiencia del trabajo en equipo: En la organización de eventos es de crucial importancia el trabajo en equipo y la coordinación entre cada uno de ellos para que el evento final cumpla con las expectativas del cliente. A través de las herramientas colaborativas es posible lograr una mejor sincronización de las tareas, realizándolas de manera más eficiente.

Aumenta la reputación: A través de las herramientas digitales que permiten que los clientes califiquen el servicio brindado, es posible compartirlas con la audiencia y que sirva de parámetro para aumentar la credibilidad de la marca y atraer nuevos clientes potenciales. (Silva, 2021)

Creación de comunidades: Otro de los beneficios del uso de herramientas digitales es la posibilidad de crear comunidades. A través de la creación de contenido e interacción continua en las redes sociales, es posible crear comunidades con características en común. En el caso de las pymes de redes sociales, es posible crear una comunidad de instituciones que frecuentemente necesitan servicios de organización de eventos. De esta manera, se añade más valor a los clientes de las pymes de eventos sociales.

Optimización de procesos: A través de las herramientas digitales que brindan soluciones relacionadas a la gestión general y total de la organización de los eventos, se logra un nivel elevado de optimización, ya que hay muchos pasos dentro del proceso que ya no necesitan ser elaborados de manera manual, lo que causa un ahorro de recursos y que los procesos logren ser ejecutados en el menor tiempo posible.

Formación continua: Otra de las ventajas de las herramientas digitales es que constantemente los usuarios están aprendiendo cosas nuevas. Es importante que todos los miembros del equipo de las pymes de eventos sociales tengan conocimientos actuales e innovadores del mercado, con el objetivo de adaptar sus servicios a las preferencias del consumidor. (Marketing Insider Review, 2022)

1.4. Identificación y análisis de los posibles desafíos que las Pymes de eventos sociales podrían enfrentar al adoptar herramientas digitales

La implementación de herramientas digitales hace parte de la transformación digital a la cual se deben someter todas las pymes de organización de eventos sociales, por lo que es necesario que éstas cuenten con la infraestructura necesaria para adaptarse de manera correcta y, por ende, se enfrentan a varios desafíos.

La mayoría de las iniciativas de transformación digital no tiene éxito debido a que las pymes no lograron cambiar su mentalidad y procesos o no construyeron culturas que fomentaran el cambio. Varios de los desafíos que enfrentan las pymes de organización de eventos sociales al intentar implementar herramientas digitales son:

Falta de recursos disponibles: Para adaptar las herramientas digitales, es necesario contar con varios recursos que permitan que esta adaptación sea exitosa. Por ejemplo, para emplear las plataformas colaborativas que ayudan a la gestión general de la organización de eventos demandan que cada integrante del equipo cuente al menos con un computador para realizar las tareas de manera sincronizada y simultánea. Por lo que, si las pymes no tienen suficiente presupuesto para entregar computadoras individuales a cada uno de sus integrantes, existiría una limitación para usar las herramientas digitales colaborativas que permiten una gestión de los procesos más eficiente.

Baja percepción de tensiones externas: Algunas pymes que cuentan con ya varios años en el mercado, tienen adaptados sus procesos y culturas a un modelo de negocios tradicional, por lo que pueden necesitar presión externa para impulsarlas a adaptar herramientas digitales. Sin embargo, si no existe suficiente presión externa o si no perciben una alta necesidad de adaptar herramientas digitales, es posible que no hagan los esfuerzos suficientes para hacerlo.

Bajas intenciones de uso: La adaptación de herramientas digitales requiere que las pymes realicen esfuerzos y modificaciones en su estructura, así como inversiones para implementar de manera adecuada la digitalización. Es por eso que las pymes necesitan primeramente tener las intenciones para estructurar un plan que permita una adaptación exitosa de las herramientas digitales. Si las pymes no tienen suficientes intenciones, existe una limitación importante. (Do y otros, 2023)

Falta de profesionales: Para garantizar la implementación exitosa de las herramientas digitales, es necesario contar con personas que tengan el expertise necesario para explotar al máximo todas las utilidades. Por ejemplo, para incrementar el awareness de la empresa a través de publicidad en redes sociales, es necesario tener dentro del equipo de trabajo una persona con conocimiento en marketing digital, capaz de crear contenido de manera eficiente y de segmentar de manera correcta las pautas en las redes. Por lo que, la falta de personal especializado dentro de los equipos de trabajo es una limitación para la adaptación exitosa de las herramientas digitales en las pymes.

Falta de cultura corporativa de innovación: Así mismo, es necesario que las pymes implementen una cultura de innovación y adaptación instantánea para que tengan la infraestructura y la habilidad de responder de manera adecuada a los cambios tecnológicos y de mercado. Por lo que, si las pymes de organización de eventos sociales no tienen una cultura con estas características, se les dificultará la implementación exitosa de herramientas digitales. (Cesce, 2021)

2. Materiales y Métodos

El método de investigación de la presente investigación es inductivo, debido a que parte de la observación de casos particulares para llegar al final a una conclusión general. (Fernández y otros, 2010). En este caso, se analizarán los beneficios de las herramientas digitales para particularmente las pymes. Posteriormente a la identificación de los beneficios, se llegará a una conclusión general sobre la utilidad y las estrategias que podrían ser implementadas.

El nivel de investigación empleado es exploratorio. El método exploratorio consiste en la observación de un fenómeno que debe ser analizado y es interpretativo, ya que busca la definición e identificación del problema.

La presente investigación pretende identificar los beneficios del uso de herramientas digitales en las pymes de eventos sociales en Guayaquil, por lo que se explorará la información sobre el uso de las herramientas y posteriormente se identificarán los beneficios que las mismas tienen para las pymes de eventos sociales en Guayaquil.

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se emplean herramientas tanto cualitativas como cuantitativas. El enfoque cualitativo es aquel que busca la dispersión de datos e información, mientras que el enfoque cuantitativo delimita de manera intencional la información a través de la medición precisa de las variables de estudio. (Fernández y otros, 2010)

Las técnicas de investigación implementadas son las encuestas e investigación documental.

2.1. Población y muestra

De acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizado en el 2022, existen 38.300 empresas pequeñas y 10.300 empresas medianas. Es decir, en Ecuador existen 48.600 pymes.

Por otro lado, Ecuador tiene 18 millones de habitantes, de los cuales 2.65 millones son de Guayaquil, es decir, Guayaquil representa el 15% de la población total de Ecuador (INEC, 2022). Tomando como referencia esta proporción, se puede considerar que Guayaquil tiene aproximadamente 7.290 pymes.

Así mismo, de acuerdo con la clasificación de empresas realizada por el INEC en cuanto al Directorio de Empresas y Establecimientos del Ecuador (DIEE) en el 2020, el 9.01% de las empresas en Ecuador pertenecen a la industria de “otras actividades de servicios”, dentro de la cual se encuentran las pymes dedicadas a la organización de eventos. (INEC, 2020)

Tomando como criterio el porcentaje de participación de las empresas de servicios, el cual es 9% sobre los 7.290 calculados previamente, se puede estimar que la población para el presente estudio es de 656 personas.

Se utiliza el muestreo probabilístico estratificado, el cual consiste en clasificar a la población de acuerdo con una característica en particular. En este caso, la clasificación a emplear es el tamaño de las empresas, el cual será pequeñas y medianas.

Se emplea la formula finita de muestro probabilístico considerando los siguientes datos:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Ilustración 1

Fórmula de muestra finita

P población: 656 pymes

e : 5% de margen de error

Z nivel de confianza: 95% representada por 1.96

P: 0.05

Q: 0.05

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 0.05 \times 0.05 \times 656}{(0.05)^2 (655) + (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.05}$$

$$N = \frac{630.0224}{2.5979}$$

$$N = 243$$

Ilustración 2

Cálculo de la muestra

Tomando como referencia el cálculo anterior, se toma como población 656 y aplicando la fórmula de muestreo probabilístico, el tamaño de la muestra es de 243 encuestas.

3. Resultados

Para desarrollar el objetivo específico uno de la investigación, se realiza una investigación descriptiva y las fuentes utilizadas son las secundarias, tales como: páginas web, artículos científicos y revistas académicas. A través de la información obtenida, se identificaron las principales herramientas digitales disponibles para las pymes de eventos sociales en Guayaquil. Así mismo, para desarrollar el objetivo específico dos de evaluar el nivel de utilidad que tienen las herramientas digitales en términos de eficiencia, alcance de mercado y gestión de clientes

para las pymes de eventos sociales en Guayaquil, se ejecutan encuestas con preguntas que brinden información sobre lo que se pretende identificar.

Por último, a través de la información obtenida en el desarrollo de los objetivos uno y dos, se recomendaron estrategias de uso de herramientas digitales que pueden implementar las pymes de eventos sociales en Guayaquil para incrementar sus ventas.

3.1 Encuestas

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las encuestas, la cual tuvo como objetivo identificar los beneficios del uso de herramientas digitales en las pymes de redes sociales.

En cuanto a los datos demográficos, el 53% de los encuestados fueron de género femenino y el 47% de género masculino. Por otro lado, el 59% tiene entre 20 y 35 años, el 24% entre 36 y 45 años y, el 17% tiene de 46 años en adelante.

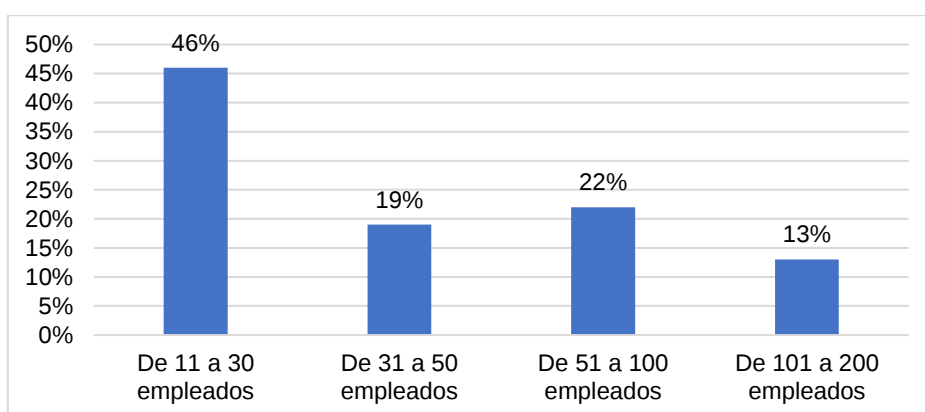


Ilustración 3

Tamaño de las pymes

Se utilizan los siguientes criterios para la clasificación del tamaño de las pymes:

- De 11 a 30 empleados: pequeñas
- De 31 a 100 empleados: medianas
- De 101 en adelante: en proceso de crecimiento y conversión a grandes

La ilustración 3 muestra que el 46% de las pymes son pequeñas, el 41% son medianas y el 13% se encuentra en un estado de crecimiento y expansión.

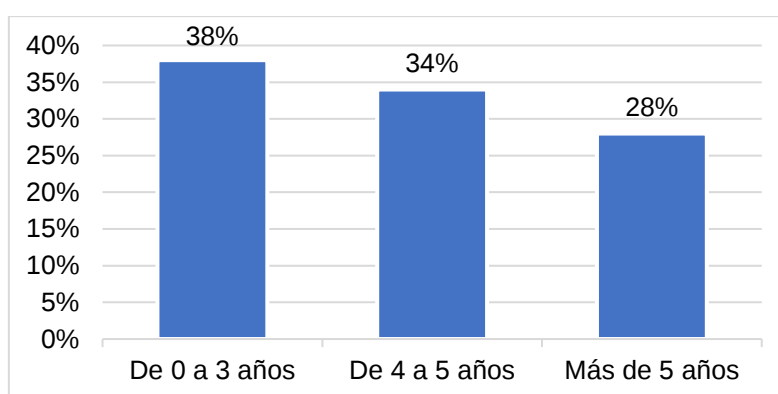


Ilustración 4

Tiempo de operación de las pymes

La mayoría de las pymes, es decir, el 38% se encuentran en una etapa inicial, el 34% en una etapa de crecimiento y, el 28% en una etapa de madurez.

Las principales herramientas digitales que usan las pymes en el día a día en sus operaciones se presentan a continuación en orden cronológico, desde las herramientas más usadas hasta las menos usadas:

- Redes sociales
- Plataformas de marketing y publicidad en diferentes redes sociales
- Plataformas financieras
- Plataformas de gestión general
- Plataformas de CRM
- Plataformas colaborativas y comunicación interna
- Plataformas de distribución de espacio

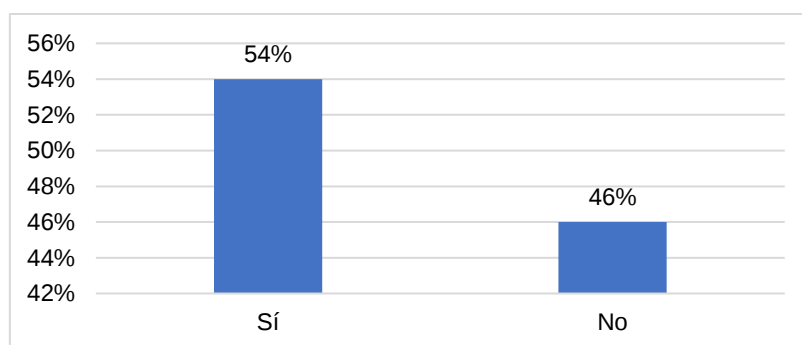


Ilustración 5

Uso de herramientas de gestión

En cuanto a las herramientas digitales específicas de gestión, es decir, para la planificación y organización de eventos en específico, los resultados fueron los siguientes:

El 54% indicó que sí usa herramientas específicas para la organización de eventos, mientras que el 46% indicó que no. Algunas de las herramientas específicas que usan son las siguientes:

- WhatsApp Business
- Canva
- Excel
- Zoom
- Google Meet
- Wix

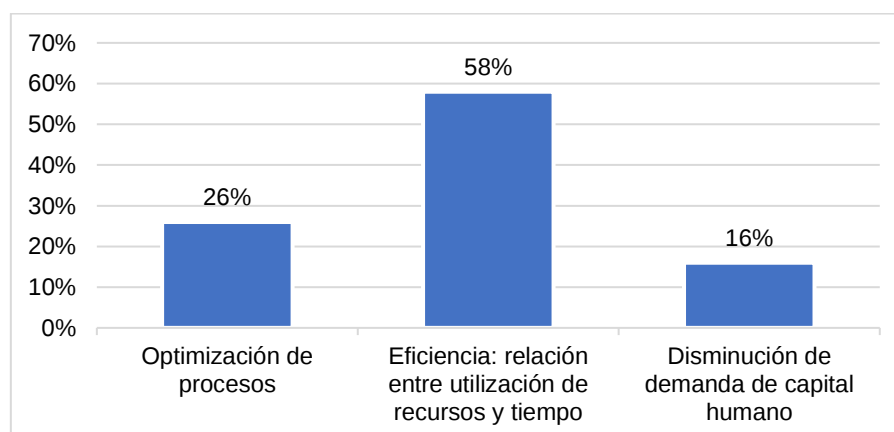


Ilustración 6

Características principales que buscan las pymes en plataformas de planificación

Por otro lado, se identificaron las características principales que buscan las pymes de eventos sociales en una plataforma de planificación de eventos digital:

La característica más demandada o que es percibida como de mayor valor es la eficiencia, es decir, la relación entre la utilización de recursos y el tiempo, obteniendo el 58% de los resultados. La optimización de procesos también es una característica valiosa, mientras que la disminución de la demanda de capital humano es la que menos valor representa para las pymes de eventos sociales, lo cual se identifica como algo positivo, ya que el uso de las herramientas digitales en las pymes de redes sociales no representa una amenaza para la generación de plazas de empleo.

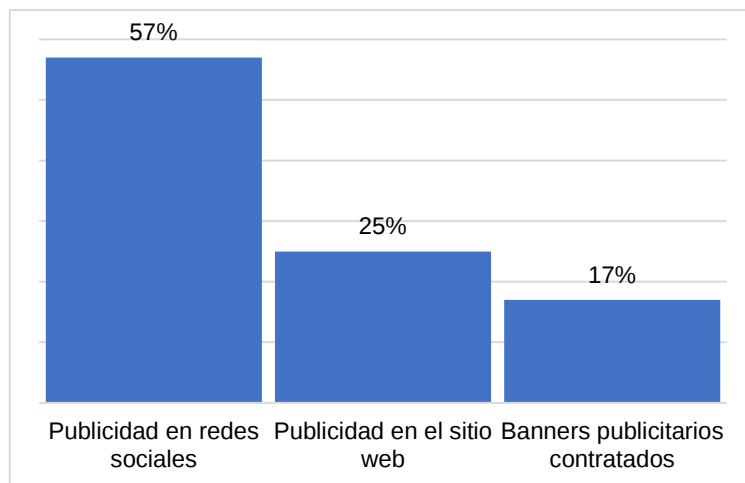


Ilustración 7

Estrategias de marketing digital más usadas por las pymes

En cuanto a las estrategias de marketing digital más usadas por las pymes de eventos sociales, se encuentran las siguientes:

La ilustración 7 muestra que el 57% de las pymes prefiere usar publicidad en redes sociales, el 25% tiene una preferencia hacia la publicidad en sitios web, mientras que tan solo el 17% usa banners publicitarios contratados. Por otro lado, se identificó el nivel de relevancia de cada una de estas herramientas para las pymes de eventos sociales:

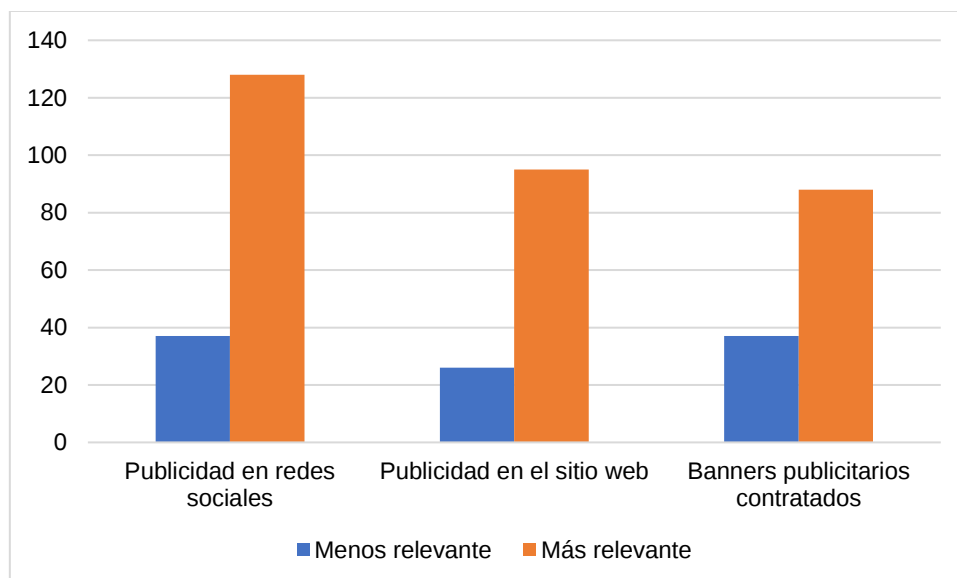


Ilustración 8

Nivel de relevancia de herramientas de marketing digital para las pymes

La ilustración 8 refleja que la herramienta más relevante para las pymes es la publicidad en redes sociales, mientras que la menos relevante es la publicidad en el sitio web.

También se identificaron beneficios adicionales del uso de las herramientas digitales en la eficiencia operativa de las pymes, el cual se muestra a continuación:

- Agilidad en la gestión de permisos y licencias para eventos
- Planificación eficiente de actividades y sesiones
- Identificación de tendencias y preferencias de los asistentes
- Coordinación de conferencistas y presentadores
- Gestión de patrones de asistencia y comportamiento
- Ejecución de encuestas y retroalimentación de eventos
- Logística para la gestión de servicios de internet y tecnológicos
- Optimización de inscripciones y reservas

- Mejor experiencia al usuario
- Incrementa el alcance
- Fomenta la innovación
- Incremento en ventas y reconcomiendo de marca
- Seguimiento eficiente del presupuesto
- Facilita el proceso de selección de localidades

Finalmente, se pidió a los gerentes de pymes que identifiquen en cuál de las siguientes áreas, el uso de las herramientas digitales ha tenido un mayor impacto:

- Ventas
- Comunicación y relación con clientes
- Marketing y alcance de mercado
- Colaboración entre trabajadores
- Gestión en planificación de eventos

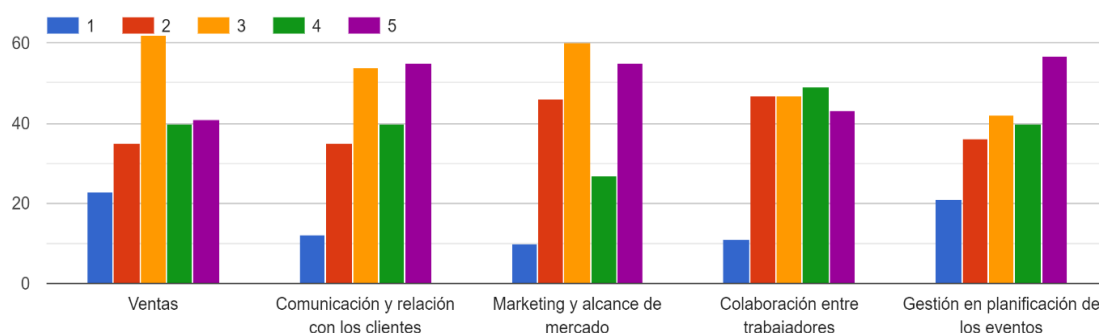


Ilustración 9

Impacto de las herramientas digitales por área

En una escala de Likert del 1 al 5, siendo 1 el genera menos impacto y 5 mayor impacto, se demuestra que el uso de herramientas digitales genera un mayor impacto en cuanto a la gestión y planificación de eventos, seguido de la colaboración entre trabajadores. Con relación a las demás áreas, se enlista a continuación, desde el más relevante al menos relevante:

- Marketing y alcance de mercado
- Comunicación y relación con los clientes
- Ventas

3.2. Estrategias de uso de herramientas digitales para las pymes de eventos sociales

Una vez que se identificaron las herramientas digitales disponibles para las pymes de eventos sociales en el aparte anterior y, se obtuvo información de fuente primaria sobre el uso de estas en las pymes encuestadas, se proponen estrategias relacionadas al uso de herramientas digitales para que las pymes de eventos sociales de Guayaquil puedan incrementar sus ventas. El pasado 8 de enero del 2024, el presidente del Ecuador Daniel Noboa decretó estado de excepción en el territorio nacional debido a la grave conmoción interna de delincuencia e inseguridad que atraviesa el país, tras la presunta fuga de la cárcel del líder de una banda delictiva. El toque de queda rige desde las 11pm hasta las 5am todos los días, hasta aproximadamente el 8 de marzo del 2024.

Dadas las circunstancias del toque de queda, se identifica un desafío para las pymes de eventos sociales en Guayaquil, ya que la inseguridad previene a las personas de querer salir y celebrar eventos sociales y, adicionalmente, no es posible circular luego de las 11pm, horario que, por lo general, es cuando comienzan los eventos sociales organizados por las pymes.

Para afrontar este desafío, se proponen las siguientes estrategias, usando las herramientas digitales disponibles:

1. Incentivar la ejecución de eventos sociales durante los horarios del día, tales como: brunch, matinés, breakfast parties, picnics, pool parties y, lunch parties. Diseñar posts con ideas e inspo de decoración de los eventos mencionados previamente para enseñar al cliente que los eventos durante el día también pueden ser divertidos.

2. Posteriormente a la publicación constante de posts relacionados a eventos durante el día, se propone la creación de concursos y sorteos a través de la plataforma Easypromos para obtener cupones y descuentos en eventos sociales durante el día.
3. Contratar personal de seguridad, el cual esté incluido en los paquetes de organización de eventos y, comunicar mediante la herramienta de mailing de Marketo, que las empresas se preocupan por la seguridad de sus clientes.
4. A través de la herramienta Summa CRM, extraer información sobre los clientes que en algún momento estuvieron interesados en contratar servicios para eventos sociales de la tarde. Una vez identificados, se les envía un mailing ofreciendo cupones y descuentos para realizar su evento durante el siguiente mes.
5. Aplicar facilidades en el método de pago a través de la herramienta Debitoor, para que el cliente no necesite ir al banco por efectivo para cancelar los servicios.

4. Discusión y Conclusiones

Una vez concluida la investigación, se resaltan las teorías indicadas en el marco teórico de varios autores, las cuales tienen una relación directa con el estudio. Referente a los beneficios que generan las herramientas digitales a las pymes, la teoría de Silva menciona algunos beneficios relevantes para las pymes de redes sociales, los cuales fueron confirmados a través de las entrevistas, en donde se identificó que efectivamente la eficiencia en el trabajo en equipo y la optimización de recursos, son de los mayores beneficios que brindan las herramientas digitales a las pymes de redes sociales. Así mismo, también existen posibles retos que pueden enfrentar las pymes al momento de implementar herramientas digitales, tal como lo mencionaron Cesce y Do, los cuales pueden ser: falta de profesionales, falta de cultura corporativa y falta de recursos disponibles.

Se desarrolló el objetivo específico uno del estudio a través de la investigación documental, en donde se identificaron las diferentes herramientas digitales disponibles para las pymes de organización de eventos sociales, las cuales se dividen en cuatro principales categorías: herramientas para la distribución del espacio, herramientas para la gestión general, herramientas para el marketing y publicidad, herramientas de CRM y, herramientas financieras. Así mismo, las herramientas dentro de las categorías mencionadas que se identificaron fueron: AllSead, Circa, Evenbrite, Redes sociales, Hootsuite, Socialmention, Marketo, Easypromos, Summa CRM, Salesforce y, Debitoor. Todas las herramientas identificadas ayudan a las pymes de eventos de redes sociales en la gestión de las diferentes áreas de la empresa, desde la gestión del espacio para un evento hasta el cobro, facturación y contabilidad de las ventas. Así mismo, se identificaron los beneficios del uso de estas, los cuales son: expansión, mejor comunicación y relación con los clientes, mayor eficiencia del trabajo en equipo, aumento de reputación, creación de comunidades, optimización de recursos y formación continua. También se identificaron los posibles desafíos que podrían afrontar las pymes al adoptar herramientas digitales, los cuales son: falta de recursos disponibles, baja percepción de tensiones externas, bajas intenciones de uso, falta de profesionales y, falta de cultura corporativa de innovación.

Por otro lado, se desarrolló el objetivo específico dos de la investigación, donde se evaluó a través de las encuestas el nivel de utilidad que tienen las herramientas digitales en términos de eficiencia, alcance de mercado y gestión de clientes. En cuanto a la eficiencia, se identificó que, a través de las herramientas digitales, es posible para las pymes desarrollar la mayor cantidad de actividades en menor tiempo posible. Así mismo, algunos de los beneficios positivos mencionados por las pymes es el incremento en el alcance de mercado, lo cual les permite llegar a más personas con la misma cantidad de recursos. Por último, en cuanto a la gestión de clientes, las pymes de eventos sociales pueden agilizar el proceso de registro de los usuarios a los eventos y, ejecutar encuestas de satisfacción que permitan recibir un feedback adecuado.

Por último, se propusieron estrategias enfocadas al crecimiento de ventas a través del uso de herramientas digitales. Se hizo énfasis en el desafío que afrontan las pymes de redes sociales debido al estado de excepción y toque de queda en el que se encuentra el país actualmente. Las estrategias propuestas están relacionadas al incentivo a través de cupones, concursos y descuentos de la ejecución de eventos durante los horarios del día. Así mismo, se propone implementar medidas de seguridad y facilidades de pago. Se propone que todas las estrategias sean comunicadas a través de las redes sociales y plataformas de mailing.

Finalmente, se concluye que existen muchas herramientas que las pymes de redes sociales pueden usar a su favor para incrementar su eficiencia en los procesos y su alcance. Es necesario

que las pymes reconozcan cada una de estas herramientas con su respectiva clasificación para que puedan usarlas de manera eficiente y adecuada y, así obtener la mayor cantidad de beneficios. Sin embargo, existen varios desafíos relacionados a la implementación de estas herramientas, por lo que recomienda que las pymes se encuentren en constante formación acerca del uso de estas.

Bibliografía

- Amaya, S., Silva, G., & Quintero, Y. (2021). Impacto de los influencers en las estrategias promocionales del sector gastronómico de la ciudad de Medellín. *Fonseca*. El uso de las herramientas digitales en las pymes del sector de eventos sociales.
- Asana. (26 de Diciembre de 2022). *Organización de eventos: 7 herramientas imprescindibles*. Organización de eventos: 7 herramientas imprescindibles: <https://asana.com/es/resources/event-planning-tools>
- Ascencio, K., Vallejo, K., & Villacrés, F. (2020). *Cultura de consumo y tendencias de marketing en Guayaquil*. Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19505/1/Cultura%20de%20consumo%20y%20tendencias%20de%20Marketing%20en%20Guayaquil.pdf>
- Baloriza Digital. (2023). *12 Herramientas digitales para organizar eventos*. 12 Herramientas digitales para organizar eventos: <https://baloriza.com/herramientas-digitales-para-organizar-eventos/>
- Banchon, S., & Bastidas, M. (2017). *Uso de herramientas de marketing digital y su incidencia en el comportamiento de compra de los consumidores de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19300/1/UPS-GT003000.pdf>
- Barrero, L., & Vásquez, L. (2010). *Creación de una empresa de logística y organización de eventos públicos*. Universidad Tecnológica de Pereira: <https://repositorio.utp.edu.co/items/9e060bea-8c14-4629-88ee-bb848a4aaa8c>
- Cesce. (30 de Diciembre de 2021). *Los desafíos de las empresas en el ámbito de la digitalización en 2022*. Los desafíos de las empresas en el ámbito de la digitalización en 2022: <https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/desafios-digitalizacion-2022>
- CNN. (10 de Enero de 2024). *CNN*. Así funciona el estado de excepción en Ecuador: restricciones, horarios y duración: <https://cnnespanol.cnn.com/2024/01/10/asi-funciona-estado-de-excepcion-ecuador-restricciones-horarios-duracion-orix/>
- Cruz, I. D. (2 de Noviembre de 2023). *Qué son las pymes*. Investing: <https://es.investing.com/academy/economy/que-son-pymes-y-cuantas-hay/>
- Do, A. M., Villagra, A., & Pandolfi, D. (28 de Marzo de 2023). *ICT*. Desafíos de la Transformación Digital en las PYMES: <https://publicaciones.unpa.edu.ar/index.php/ICTUNPA/article/view/941>
- ESNECA Business School. (27 de Marzo de 2019). *Empresas organizadoras de eventos: tareas y servicios*. Empresas organizadoras de eventos: tareas y servicios: <https://www.esneca.com/blog/empresas-organizadoras-de-eventos/>
- Fernández, C., Baptista, P., & Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. McHaw Hill.
- Fernández, S. (8 de Febrero de 2022). *¿Qué hace una empresa de organización de eventos?* La factoria del show: https://www.lafactoriadelsow.com/que-hace-una-empresa-organizacion-eventos/#Cual_es_perfil_de_un_organizador_de_eventos
- Gabau, M. (18 de Julio de 2022). *Herramientas digitales para la gestión integral de tu empresa o negocio*. El País: <https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2022-07-18/las-herramientas-digitales-para-el-exito-de-cualquier-negocio.html>

- Gonzales, R., & Andrés, V. (2020). *Marketing digital y decisión de compra del cliente en la Empresa "Celebrity Eventos*. Universidad César Vallejo:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/64536>
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación*.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- INEC. (2020). *INEC*. INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Principales_Resultados_DIEE_2019.pdf
- INEC. (2022). *INEC*. INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- López, L. (2014). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.
- Marketing Insider Review. (2022). *68% de pymes quiere aumentar uso de herramientas digitales*. 68% de pymes quiere aumentar uso de herramientas digitales:
<https://marketinginsiderreview.com/pymes-uso-herramientas-digitales/#Objetivos%20Del%20Uso%20de%20Herramientas%20Digitales>
- Pesántez, A., Romero, J., & González, M. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5, 72-93.
- Rodríguez, N. (2020). *Estrategias de marketing digital para incrementar la captación de clientes en el área de eventos académicos del Colegio de Contadores Públicos de Junín*. Repositorio Institucional Continental:
http://repositoriodemo.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7156/3/IV_FDE_318_TI_Rodriguez_Garcia_2019.pdf
- Scott Max. (2022). *Scott Max*. 21 Estadísticas Del Sector De La Organización De Eventos Que Debe Conocer: https://scottmax.com/es/estadisticas-de-la-industria-de-organizacion-de-eventos-que-debe-conocer/#General_Event_Planning_Industry_Statistics
- Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN. (2023). *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país: <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Silva, D. d. (9 de Abril de 2021). *Zendesk*. Beneficios de la transformación digital para pymes: <https://www.zendesk.com.mx/blog/transformacion-digital-pymes/>
- The Apartment. (2022). *Las mejores herramientas digitales para la organización de eventos*. Las mejores herramientas digitales para la organización de eventos:
<https://www.theapartment.es/blog/comunicacion-corporativa/mejores-herramientas-organizacion-eventos/>

ANEXOS

VALIDACION DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL/LOS INSTRUMENTO(S) DE RECOLECCIÓN DE DATOS

• INSTRUCCIONES PARA VALIDADOR

1. Lea detenidamente los objetivos de la investigación y los instrumentos de recolección de información.
2. Concluir acerca de la pertinencia entre los objetivos y los ítems o preguntas del instrumento.
3. Determinar la calidad técnica de cada ítem, así como la adecuación de éstos al nivel cultural, social y educativo de la población a la que está dirigido el instrumento.
4. Consignar las observaciones en el espacio correspondiente.
5. Realizar la misma actividad para cada uno de los ítems, utilizando las siguientes categorías:

• CORRESPONDENCIA DE LAS PREGUNTAS DEL INSTRUMENTO CON LOS OBJETIVOS

Marque en la casilla correspondiente

- a. **P:** Pertinencia
- b. **NP:** No pertinencia

En caso de marcar **NP** pase al espacio de observaciones y justifique su opinión.

• CALIDAD TÉCNICA Y REPRESENTATIVIDAD.

Marque en la casilla correspondiente:

- a. **O:** Óptima
- b. **B:** Buena
- c. **R:** Regular
- d. **D:** Deficiente

En caso de marcar R o D, por favor justifique su opinión en el espacio de observaciones.

• LENGUAJE

- a. Marque en la casilla correspondiente:
- b. **A:** Adecuado
- c. **I:** Inadecuado

En caso de marcar I, justifique su opinión en el espacio de observaciones.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema del trabajo de titulación: Beneficios de uso de herramientas digitales para Pymes de eventos sociales de Guayaquil

Autoras:

- Daniela Estefanía Ullauri Moran
- Graciela Rebeca Vargas Vera

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuesta

Objetivo General: *Analizar los beneficios del uso de herramientas digitales para las pymes de eventos sociales de Guayaquil*

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1		X	X				X		
2		X	X				X		
3		X	X				X		
4		X	X				X		
5		X	X				X		
6		X	X				X		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Marcelo Batidas Jiménez Profesión: Cargo: Docente Fecha:						Firma:		
							CI		

Observaciones

Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Objetivos Específicos

- Identificar las principales herramientas digitales disponibles para las pymes de eventos sociales en Guayaquil.
- Evaluar el nivel de utilidad que tienen las herramientas digitales en términos de eficiencia, alcance de mercado y gestión de clientes para las pymes de eventos sociales en Guayaquil
- Proponer herramientas digitales que pueden implementar las pymes de eventos sociales en Guayaquil para incrementar sus ventas

Encuesta

Sección: Información Demográfica

Género: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro: _____

Edad: _____ **Cargo:** _____

1. ¿Cuál es el tamaño de su empresa de eventos sociales (número de empleados)?

- a) De 11 a 30 empleados
- b) De 31 a 50 empleados
- c) De 51 a 100 empleados
- d) De 101 a 200 empleados

2. ¿Cuánto tiempo lleva operando su empresa en Guayaquil?

- a) De 0 a 3 años
- b) De 4 a 5 años
- c) Más de 5 años

4. ¿Cuáles son las herramientas digitales que utiliza para su empresa de eventos sociales?

- a) Plataformas de CRM
- b) Redes sociales
- c) Plataformas de marketing y publicidad diferente a redes sociales
- d) Plataformas de gestión general
- e) Plataformas financieras
- f) Plataformas colaborativas y comunicación interna
- g) Plataformas de distribución de espacio

5. ¿Utiliza alguna plataforma digital específica para la planificación y organización de eventos

- a) Sí.
- b) No.
- c) Mencione_____

6. ¿Qué características busca en una plataforma de planificación de eventos digital?

- a) Optimización de procesos
- b) Eficiencia: relación entre utilización de recursos y tiempo
- c) Disminución de demanda de capital humano

7. ¿Qué estrategias de marketing digital implementa para promocionar sus eventos?

- a) Publicidad en redes sociales
- b) Publicidad en el sitio web
- c) Banners publicitarios contratados
- d) Otros, mencione_____

8. Indique en orden de relevancia, las plataformas de marketing digital que considera más efectivas para su empresa. Siendo 1 el menos relevante y 3 el más relevante

- a) Publicidad en redes sociales
- b) Publicidad en el sitio web
- c) Banners publicitarios contratados

9. ¿Cómo ha impactado positivamente el uso de estas herramientas en la eficiencia operativa de su empresa?

10. ¿En cuál de los siguientes aspectos de su empresa considera que el uso de herramientas digitales ha tenido un impacto positivo?

- a) Ventas
- b) Comunicación y relación con los clientes
- c) Marketing y alcance de mercado
- d) Colaboración entre trabajadores
- e) Gestión en planificación de los eventos
- f) Otros, mencione_____



Est. Daniela Estefania Ullauri Moran



To: Juan Emilio Balas Leon

Mon 2/26/2024 2:38 PM

La aprobación de las preguntas

De: Marcelo Javier Bastidas Jimenez <mbastidas@ups.edu.ec>

Enviado: jueves, 1 de febrero de 2024 11:26

Para: Est. Daniela Estefania Ullauri Moran
<dullauri@est.ups.edu.ec>

Cc: Karina Anabella Ascencio Burgos <kascencio@ups.edu.ec>

Asunto: RE: Validación artículo académico Ullauri y Vargas malla unificada

proceder por favor



Ing. Marcelo Javier Bastidas Jiménez

Mgs.

Docente - Guayaquil

Jefe de área