



! POSGRADOS !

Maestría en

CONTABILIDAD

Y AUDITORÍA

RPC-SO-30-NO.503-2019

Opción de Titulación:

Artículos profesionales de alto nivel

Tema:

Impacto de la digitalización en el desempeño financiero, medido mediante el ROIC de los restaurantes (CIIU5610) de la ciudad de Quito, periodo 2021-2023

Autor(es)

Jessica Daniela Campaña Andrade

Andrés Braulio Domínguez Mencías

Director:

Santiago Ramón Valladares Vásquez

QUITO – Ecuador

2025

Autor(es):



Jessica Daniela Campaña Andrade
Licenciada en Administración de Empresas.
Candidata Magíster en Contabilidad y Auditoría por la
Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.
daniela28212001@hotmail.com



Andrés Braulio Domínguez Mencias
Licenciado en Administración de Empresas.
Candidato a Magíster en Contabilidad y Auditoría por la
Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.
andresbraulio94@outlook.es

Dirigido por:



Santiago Ramon Valladares Vásquez
Ingeniero Bursátil
Magister en Gestión de la Calidad y Productividad
svalladares@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2025 © Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO– ECUADOR – SUDAMÉRICA

Jessica Daniela Campaña Andrade

Andrés Braulio Domínguez Mencias

**"IMPACTO DE LA DIGITALIZACION EN EL DESEMPEÑO
FINANCIERO MEDIDO MEDIANTE EL ROIC DE LOS
RESTAURANTES (CIU5610) EN LA CIUDAD DE QUITO PERÍODO
2021 -2023"**

DEDICATORIA

Dedicamos este artículo, con mucho aprecio a nuestras madres, quienes nos brindaron su apoyo incondicional durante cada etapa del proceso. Su comprensión, motivación y confianza han sido fundamental para alcanzar este logro.

También dedicamos a nuestros docentes, en especial a Santiago Valladares por guiarnos, compartir su conocimiento y fomentar en nosotros el deseo de aprender y superarnos cada día.

Finalmente, nos lo dedicamos a nosotros mismos, como equipo, por el compromiso, la colaboración y el esfuerzo compartido que hicieron posible este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron a realizar este artículo.

A nuestros profesores, por su orientación y valiosas enseñanzas que fueron claves para llevar a cabo este trabajo.

A nuestros familiares, por su constante apoyo y motivación.

Tabla de Contenido

Resumen.....	8
Abstract	9
1. Introducción.....	10
2. Determinación del Problema	12
3. Marco teórico	14
3.1. La digitalización en las Pymes y el sector de restaurantes.....	14
3.2. Desempeño financiero y el ROIC (Return on Invested Capital).....	15
3.3. Relación del desempeño financiero y la digitalización.....	17
3.3.1. Desempeño financiero y digitalización en el sector de restaurantes un enfoque más analítico	18
4. Materiales y metodología	19
5. Resultados y discusión.....	22
6. Conclusiones	29
Referencias.....	31

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Matriz Instrumental del instrumento</i>	19
Tabla 2 <i>Empresas CIIUI 5610 Ecuador y Quito 2021-2023</i>	20
Tabla 3 <i>Medición de confiabilidad</i>	21
Tabla 4 <i>Cuentas principales empresas CIIU I 5610 Quito</i>	21
Tabla 5 <i>Indicadores financieros empresas CIIU I 5610 Quito</i>	22
Tabla 6 <i>Descriptivas dimensiones digitalización de empresas CIIU I5610</i>	23
Tabla 7 <i>Descriptivos de dimensiones del ROIC empresas CIIU I5610</i>	24
Tabla 8 <i>Prueba de normalidad del instrumento RHO Spearman</i>	24
Tabla 9 <i>Calculo y análisis de tendencia de ROIC de las empresas CIIU I5610</i>	25
Tabla 10. <i>Correlación de Spearman entre dimensiones de variables analizadas.</i>	26

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Tendencia del ROIC en periodos 2021-2023 empresas CIU I 5610</i> .26	
Figura 2 Correlación variable digitalización y ROIC de los restaurantes del CIU I 5610	27
Figura 3 Análisis promedio de digitalización y categorías de ROIC Kruskal-Wallis	28

Impacto de la
digitalización en el
desempeño financiero,
medido mediante el ROIC
(Return on Invested
Capital) de los
restaurantes (CIIU I 5610)
de la ciudad de Quito,
periodo 2021-2023.

Autor(es):

JESSICA DANIELA CAMPAÑA ANDRADE
ANDRÉS BRAULIO DOMÍNGUEZ MENCÍAS

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el impacto de la digitalización en el desempeño financiero, medido mediante el ROIC (Return on Invested Capital), en los restaurantes registrados bajo el CIU I 5610 en la ciudad de Quito, durante el periodo 2021-2023, en donde se aplicó una metodología mixta con enfoque descriptivo y correlacional utilizando datos primarios obtenidos mediante encuestas estructuradas a 21 restaurantes, y datos secundarios financieros extraídos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (SCVS) del Ecuador. El análisis cuantitativo incluyó pruebas de normalidad, correlación de Spearman y contraste no paramétrico como Kruskal- Wallis.

Los resultados muestran una mejora del ROIC desde -38,46% en 2021 hasta valores positivos en 2022 (8,13%) y 2023 (5%). A través del análisis de correlación se identificó una relación estadísticamente significativa entre dimensiones de digitalización (automatización, comercialización y cultura digital) y variables claves del desempeño financiero como eficiencia del capital y rentabilidad operativa. Sin embargo, la prueba de Kruskal- Wallis no evidencia diferencias significativas en el ROIC entre grupos de alta y baja digitalización, lo cual sugiere que el impacto financiero de la digitalización también depende de otros factores organizacionales.

Se concluye que la digitalización ha tenido un efecto positivo en el desempeño operativo de los restaurantes, aunque su influencia directa sobre el ROIC requiere ser complementada con estrategias de implementación más integrales. Este estudio aporta evidencia empírica sobre el valor estratégico de la digitalización en el sector gastronómico ecuatoriano.

Palabras clave:

Digitalización, desempeño financiero, ROIC, restaurantes

Abstract

This study aimed to analyze the impact of digitalization on financial performance, measured through the Return on Invested Capital (ROIC), in restaurants classified under CIIU I 5610 in the city of Quito during the 2021–2023 period. A mixed-methods approach was applied, with a descriptive and correlational design, utilizing primary data collected through structured surveys administered to 21 restaurants, along with secondary financial data obtained from the Ecuadorian Superintendence of Companies, Securities and Insurance (SCVS). The quantitative analysis included normality tests, Spearman's rank correlation, and non-parametric tests such as Kruskal-Wallis.

The results indicate a notable improvement in ROIC, from -38.46% in 2021 to positive values in 2022 (8.13%) and 2023 (5.00%). Correlation analysis revealed statistically significant associations between digitalization dimensions—such as automation, digital marketing, and organizational digital culture—and key financial performance indicators, particularly capital efficiency and operational profitability. However, the Kruskal-Wallis test showed no statistically significant differences in ROIC between groups with high and low levels of digitalization, suggesting that the financial impact of digitalization also depends on other organizational factors.

It is concluded that digitalization has positively influenced the operational performance of restaurants, although its direct effect on ROIC may require complementary implementation strategies. This study provides empirical evidence on the strategic value of digital transformation within the Ecuadorian restaurant sector.

Keyword

Digitalization, financial performance, ROIC, restaurants

1. Introducción

En la última década, la digitalización se ha consolidado como un eje estructural del crecimiento empresarial a nivel global transformando sectores productivos a través del uso de tecnologías como plataformas inteligentes, automatización, big data y redes sociales de acuerdo con (Brynjolfsson y McAfee, 2014)

En el sector de alimentos y bebidas, y especialmente en los restaurantes esta transformación se aceleró a raíz de la pandemia por COVID-19 donde herramientas como aplicaciones de delivery, sistemas de reservas digitales, medios de pago electrónicos y marketing en redes sociales se convirtieron en estrategias de supervivencia y diferenciación competitiva conforme a (Hwang et al., 2021a). En América Latina este fenómeno ha sido clave para la continuidad operativa de las PYMES, aunque su implementación ha sido heterogénea y su impacto financiero requiere mayor análisis de acuerdo con el autor (Bueno y Vinyals, 2023; CEPAL, 2021).

En América Latina este fenómeno ha sido clave para la continuidad operativa de las PYMES, aunque su implementación ha sido heterogénea y su impacto financiero requiere mayor análisis según el autor (Bueno y Vinyals, 2023; CEPAL, 2021). En Ecuador el sector restaurantero representa una parte significativa del tejido económico urbano en especial en ciudades como Quito donde hasta 2023 se registraron más de 500 PYMES bajo el CIIU 5610, sin embargo, pese a la adopción de herramientas digitales, se carece de estudios empíricos que evalúen con rigurosidad cómo esta transformación tecnológica influye en indicadores financieros clave como el ROIC (Return on Invested Capital). de acuerdo con el autor (Carrión et al., 2024)

El problema radica en que si bien se ha observado una mejora en la operatividad y atención al cliente mediante digitalización no existe evidencia suficiente sobre si esta transformación genera valor económico real o sostenido para los propietarios e inversionistas del sector según el autor (Araujo y Damián, 2020; Vásquez et al., 2023). Justificar este estudio resulta clave para comprender si la digitalización no solo mejora procesos operativos, sino que también fortalece la eficiencia en el uso del capital permitiendo retornos sostenibles en las inversiones realizadas por las PYMES gastronómicas. El uso del ROIC como indicador

permite aislar los efectos contables y enfocarse en la rentabilidad neta operativa después de impuestos ofreciendo una visión realista del rendimiento financiero conforme a López y Ponce (2022). De este modo el presente artículo se convierte en un aporte relevante tanto para académicos como para empresarios y formuladores de política al generar evidencia contextualizada sobre la relación entre digitalización y desempeño financiero en un sector sensible a la innovación y los cambios en el comportamiento del consumidor.

Objetivo general: Analizar el impacto de la digitalización en el desempeño financiero, medido mediante el ROIC, de los restaurantes (CIU 5610) en la ciudad de Quito durante el periodo 2021–2023.

Objetivos específicos:

1. Evaluar la evolución del ROIC en los restaurantes de Quito en el periodo 2021–2023.
2. Identificar las tecnologías digitales más utilizadas en el sector y su relación con el desempeño financiero.
3. Determinar los factores que influyen en el cambio del ROIC de los restaurantes digitalizados frente a los que no han adoptado herramientas digitales.

2. Determinación del Problema

En el contexto postpandemia la digitalización ha emergido como un factor estratégico crucial para la sostenibilidad y recuperación del sector gastronómico a nivel global en particular, los restaurantes han debido adaptar sus modelos de negocio para responder a cambios abruptos en el comportamiento del consumidor, restricciones sanitarias y nuevos canales de comercialización digital esta transformación ha incluido la adopción de tecnologías como sistemas de pedidos en línea, plataformas de entrega (delivery), medios de pago electrónicos, herramientas de gestión contable y marketing digital, las cuales han modificado profundamente la operatividad, el contacto con los clientes y las fuentes de ingresos en el sector.

En América Latina y Ecuador la digitalización ha sido tanto una necesidad como una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector restaurantero. En Quito, específicamente cientos de establecimientos formalizados bajo el CIIU 5610 han implementado herramientas tecnológicas en sus operaciones diarias con la expectativa de mejorar su eficiencia y rentabilidad, sin embargo, el acceso desigual a infraestructura digital, la falta de capacitación del personal y la informalidad persistente limitan la adopción plena de estas herramientas generando brechas entre restaurantes digitalizados y aquellos que aún operan bajo esquemas tradicionales esto nos plantea interrogantes relevantes sobre la relación entre tecnología y resultados financieros en contextos emergentes y altamente competitivos.

Pese a la creciente adopción de tecnologías en los restaurantes de Quito, existe una falta de evidencia empírica concreta sobre el impacto real que estas herramientas digitales tienen en el desempeño financiero de las empresas, particularmente en indicadores como el ROIC conforme a (Return on Invested Capital). Este indicador es clave porque permite analizar el uso eficiente del capital total invertido —tanto propio como ajeno— para generar utilidades operativas. Aunque se reconoce que la digitalización puede reducir costos, aumentar ventas y optimizar procesos, aún no se ha cuantificado de manera clara si estos beneficios se traducen en un mejor retorno sobre el capital en el caso de los restaurantes ecuatorianos.

Formulación del problema:

¿Cuál es el impacto de la digitalización en el desempeño financiero, medido mediante el ROIC, de los restaurantes (CIU 5610) en la ciudad de Quito durante el periodo 2021–2023?

Subproblemas:

¿Cómo ha evolucionado el ROIC en los restaurantes registrados en el CIU 5610 en Quito entre 2021 y 2023?

¿Qué herramientas digitales son las más implementadas en el sector y qué relación guardan con los niveles de rentabilidad financiera?

¿Qué diferencias existen en el ROIC entre restaurantes que han adoptado tecnologías digitales y los que no lo han hecho?

3. Marco teórico

3.1. La digitalización en las Pymes y el sector de restaurantes

A nivel global la digitalización ha sido definida como un proceso disruptivo que transforma industrias enteras mediante el uso de tecnologías digitales como el big data plataformas inteligentes y la automatización. (Brynjolfsson y McAfee, 2014) denominan este fenómeno como la segunda era de la máquina, caracterizado por un crecimiento exponencial de la capacidad digital que no solo optimiza procesos, sino que redefine el trabajo humano y la economía digital. En América Latina el fenómeno se ha acelerado en los últimos años debido a la pandemia lo que obligó a muchas PYMES a adoptar plataformas digitales como única vía de supervivencia. (Santos y Jasson, 2023) documentan cómo en países como México y Ecuador las plataformas de delivery no solo mediaron el acceso al mercado, sino que estimularon competencias tecno-administrativas en empresarios restauranteros esto reflejó un cambio estructural la digitalización dejó de ser opcional y se volvió un factor crítico para la sostenibilidad del negocio. La digitalización en el sector gastronómico en América Latina y particularmente en Ecuador ha cobrado relevancia como estrategia clave para enfrentar los efectos adversos de la pandemia del COVID-19. El caso del restaurante Crepes & Waffles, estudiado por (Cardona y Ríos, 2024) muestra cómo una marca consolidada reconfiguró su modelo de negocio a partir del uso intensivo de redes sociales como Facebook e Instagram, así como la implementación de un sistema propio de entregas para mantener su promesa de valor. Esta estrategia no solo permitió ampliar su cobertura territorial, sino también conservar su compromiso social mediante la reinserción laboral de sus colaboradoras en términos más amplios, (Villacis y Valdés, 2022) resaltan cómo las herramientas digitales han sido utilizadas por MIPYMES ecuatorianas como una alternativa de reactivación económica las plataformas de pedidos en línea, la automatización de pagos y el uso de redes sociales permitieron sostener empleos generar nuevos canales de comercialización y mejorar la conectividad empresarial especialmente en sectores productivos como alimentación, educación y comercio. En el caso ecuatoriano estudios recientes han evidenciado que la transformación digital aún enfrenta barreras como el acceso desigual a infraestructura

tecnológica, la falta de capacitación y una cultura organizacional resistente al cambio especialmente en PYMES. Sin embargo, casos como el restaurante “Siete Machos” en Quito Vásquez et al. (2023); Yáñez (2022), muestran cómo el marketing digital, las redes sociales y las plataformas de delivery pueden impactar positivamente en la percepción del consumidor y en la reactivación de la demanda. Por otra parte, Vásquez et al. (2023) resaltan que las PYMES de sectores alimenticios enfrentan desafíos técnicos y organizativos para implementar procesos digitales, pero también reconocen su potencial como estrategia de supervivencia y crecimiento.

Desde una perspectiva cuantitativa Castro y Paccha (2023) evidencian que el comercio electrónico en Ecuador creció hasta un 400% desde 2020, generando ingresos por más de USD 3.200 millones anuales. El estudio destaca que el 42% de las personas prefieren realizar pedidos de comida a través de redes sociales, mientras que solo el 10% lo hace mediante aplicaciones de terceros, lo que resalta la necesidad de estrategias digitales personalizadas en el canal propio del restaurante este cambio en la conducta del consumidor obliga a las PYMES gastronómicas a integrar soluciones de e-commerce y marketing digital como medio para sostener su competitividad. Además, los hallazgos subrayan la importancia de potenciar las capacidades digitales del talento humano y la infraestructura tecnológica como ejes habilitantes para la transformación digital sostenible del sector. Estos aportes reafirman que la digitalización no es solo una tendencia sino una condición estructural del desempeño financiero en el contexto actual y postpandemia.

3.2. Desempeño financiero y el ROIC (Return on Invested Capital)

En el ámbito global el ROIC ha sido reconocido como una de las métricas más relevantes para evaluar la eficiencia del capital invertido en empresas modernas según Dumrauf (2023), el ROIC permite comparar de manera precisa la rentabilidad operativa real de una empresa superando las limitaciones de indicadores tradicionales como el ROA o ROE, ya que integra la utilidad operativa ajustada por impuestos (NOPAT) y el capital invertido neto. El ROIC es un indicador clave para evaluar si una firma está utilizando en forma eficiente el capital invertido por los dueños y acreedores para generar utilidades operativas,

por ellos se lo considera un mejor indicador que el ROE o ROA cuando se busca medir la eficiencia económica del negocio. Su fórmula contempla:

$$ROIC = \frac{NOPAT}{IC} = \frac{EBIT(1-T)}{ACTIVOS FIJOS + CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO} u$$

Donde NOPAT es la utilidad operativa después de impuesto, IC (*invested capital*), que corresponde a los activos fijos netos y capital de trabajo operativo (NOF).

Empresas multinacionales como EDP Renováveis han incorporado el ROIC como base para sus decisiones estratégicas de crecimiento y asignación de capital demostrando cómo su uso puede mejorar significativamente la gestión financiera especialmente cuando se implementa con herramientas como Power BI conforme con Delgado Guerrero, (2024). En América Latina, el uso del ROIC ha cobrado importancia creciente en respuesta a la necesidad de contar con métricas más sólidas para la toma de decisiones financieras. Estudios como el de Apaza (2017), citado por (Araujo & Damián, 2020) señalan que, en mercados emergentes, el ROIC es útil para identificar la verdadera rentabilidad del capital, sobre todo en sectores donde las decisiones de financiamiento y tributación distorsionan las métricas tradicionales esta métrica también ha sido clave para distinguir entre sectores con verdadera creación de valor y aquellos que dependen de ajustes contables o cargas fiscales diferenciales.

En Ecuador, la investigación de Araujo y Damián (2020) ofrece un análisis sectorial detallado del ROIC durante el periodo 2008-2018, demostrando que este indicador ofrece una perspectiva más realista sobre la eficiencia del capital invertido. Su estudio reveló que muchos sectores económicos muestran valores positivos de ROE y ROA, pero al aplicar el ROIC, la rentabilidad real basada en operaciones se reduce significativamente, lo cual pone en evidencia posibles ineficiencias estructurales. Por ejemplo, el sector de información y comunicación obtuvo un ROIC superior al promedio nacional, destacando por su uso eficiente del capital y su capacidad para generar valor productivo sostenible. Estos hallazgos subrayan la importancia del ROIC en el contexto ecuatoriano como herramienta crítica para inversionistas, empresarios y responsables de políticas económicas.

3.3. Relación del desempeño financiero y la digitalización

A nivel global, la digitalización ha reconfigurado la estrategia empresarial y las dinámicas de competencia, al incorporar tecnologías disruptivas como el Internet de las Cosas (IoT), el big data y la inteligencia artificial. Porter et al. (2014) describen cómo los productos inteligentes conectados no solo optimizan procesos operativos, sino que amplían la frontera de la industria y transforman la cadena de valor empresarial. Esta transformación impulsa el desempeño financiero al permitir modelos de negocio más eficientes, mayor personalización del servicio, y diferenciación competitiva. La OECD (2021) sostiene que las tecnologías digitales permiten a las PYMES reducir costos transaccionales, mejorar la toma de decisiones mediante analítica de datos y acceder a financiamiento alternativo, generando así un impacto positivo en su productividad y rentabilidad. Sin embargo, también señala que muchas pequeñas empresas aún enfrentan brechas estructurales de adopción digital, lo cual afecta directamente su desempeño financiero.

En América Latina, el avance de la digitalización ha sido desigual, aunque la pandemia de COVID-19 aceleró su adopción en sectores como el comercio y la gastronomía. Estudios de la (OECD, 2021) y la CEPAL (2021) identifican que las PYMES latinoamericanas han incrementado su uso de plataformas digitales como estrategia de supervivencia, especialmente en países como Chile, México y Colombia. A pesar de estos avances, la limitada infraestructura tecnológica, la baja capacitación y las dificultades de financiamiento han restringido el impacto total de la digitalización en el rendimiento financiero de las empresas. Rocha et al. (2022) explican que, si bien las PYMES representan un alto porcentaje del empleo y del PIB regional, su productividad sigue siendo baja debido a fallas estructurales que afectan su sostenibilidad, entre ellas la escasa integración tecnológica y la informalidad persistente.

En Ecuador, la digitalización ha sido reconocida como un eje fundamental para la competitividad de las PYMES, especialmente en sectores como la gastronomía. Según la CEPA (2021) y Vásquez et al. (2023), muchas empresas del sector alimentos han adoptado plataformas de delivery, redes sociales y herramientas de automatización como mecanismos de reactivación económica. Estos cambios han generado mejoras parciales en la eficiencia operativa y la captación de

clientes, lo cual impacta de forma indirecta en indicadores financieros como el retorno sobre el capital invertido (ROIC). No obstante, el acceso desigual a tecnologías, la falta de políticas públicas focalizadas y la débil cultura digital empresarial siguen siendo retos para capitalizar plenamente estos avances. (Cardona & Rios, 2024) evidencian que el uso estratégico de herramientas digitales en restaurantes ecuatorianos permitió mejorar el desempeño financiero incluso en contextos adversos, subrayando que la digitalización puede ser una palanca real para incrementar la rentabilidad en el sector.

3.3.1. Desempeño financiero y digitalización en el sector de restaurantes un enfoque más analítico

A nivel global, la digitalización ha revolucionado la gestión empresarial en el sector de la restauración. El uso de redes sociales, plataformas de reservas, análisis de datos y automatización ha demostrado no solo transformar la experiencia del cliente, sino también mejorar la rentabilidad operativa. Hwang et al. (2021) documentan cómo el uso de smartphones y redes sociales permite a los consumidores optimizar sus decisiones sobre restaurantes, generando experiencias de consumo más satisfactorias y conectadas. Este comportamiento digital del consumidor impulsa a los restaurantes a adoptar herramientas tecnológicas para captar clientes, gestionar su reputación y mantener competitividad. La digitalización, en este sentido, se convierte en un impulsor indirecto del desempeño financiero, al incidir en la fidelización del cliente, la optimización de procesos y la ampliación del alcance comercial.

En América Latina, la digitalización del sector restaurantero ha sido desigual pero acelerada tras la pandemia del COVID-19. En España, por ejemplo, la implementación de estrategias de comunicación digital en restaurantes de alta cocina durante la crisis evidenció una transformación duradera. Bueno y Vinyals (2023) muestran que estos restaurantes adoptaron Instagram como canal clave de branding y fidelización, lo cual ayudó a mantener el posicionamiento de marca y la relación con los clientes, incluso en ausencia de consumo físico. Paralelamente, en países latinoamericanos como México, Colombia y Perú, se han desarrollado apps que permiten digitalizar la experiencia completa del comensal, desde la carta hasta el pago, lo cual mejora el control sobre los márgenes de beneficio, reduce errores y aporta datos útiles para la toma de

decisiones (Start up Youp, 2021). En este contexto, la digitalización no solo mejora el contacto con el cliente, sino que optimiza la rentabilidad al permitir una mayor eficiencia operativa.

En Ecuador, aunque la digitalización de los restaurantes aún enfrenta barreras como el acceso desigual a infraestructura y la resistencia cultural al cambio, estudios recientes destacan avances significativos. El caso de restaurantes que han implementado apps o sistemas de pedidos digitalizados evidencia mejoras en la rentabilidad, reducción de costos operativos y mayor control sobre el flujo de caja. Según Cardona y Ríos (2024), restaurantes ecuatorianos que utilizaron redes sociales para gestionar reservas, comentarios y promociones durante y después de la pandemia, reportaron aumentos en sus ingresos y mejoras en su rentabilidad operativa. Estos hallazgos coinciden con los de Vásquez et al. (2023), quienes señalan que las PYMES del sector alimenticio que adoptaron herramientas digitales lograron sostenerse financieramente en momentos críticos, mostrando que la digitalización puede ser un factor determinante del ROIC y otros indicadores financieros en este sector.

4. Materiales y metodología

Este estudio se desarrolló considerando un tipo de metodología mixta, combinando enfoque cuantitativo y cualitativo, con el objetivo de obtener una visión integral del impacto de la digitalización en el desempeño financiero de los restaurantes de Quito registrados bajo el código CIIU I 5610. El tipo de investigación fue de corte trasnversal, descriptivo y correlacional, debido a que se analizaron datos de los años 2021,2022,2023, obtenidos de los estados financieros publicados por la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (SCVs), así como la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas a propietarios, administradores, o personal de los restaurantes.

Tabla 1. *Matriz Instrumental del instrumento*

Variable	Dimensión	Ítems	
Nivel de digitalización	Herramientas digitales operativas	HDO1	Mi restaurante cuenta con un sistema de punto de venta (POS) para registrar y controlar ventas.
		HDO2	Utilizo aplicaciones o software para la gestión de inventarios y pedidos.

		HDO3	He implementado sistemas digitales para la reserva de mesas o atención de clientes.
	Comercialización y canales digitales	CD4	Utilizo plataformas de entrega a domicilio (Uber Eats, Rappi, PedidosYa) para comercializar mis productos.
		CD5	Realizo campañas de promoción de mi restaurante a través de redes sociales o páginas web.
		CD6	La mayoría de mis clientes conoce mi restaurante a través de medios digitales.
	Automatización administrativa	AG7	Dispongo de medios de pago electrónicos (tarjetas, pagos móviles) en el restaurante.
		AG8	Gestiono las finanzas del negocio (facturación, reportes) mediante sistemas o aplicaciones digitales.
	Cultura digital organizacional	CTD9	El personal de mi restaurante ha recibido capacitación sobre el uso de tecnologías digitales.
		CTD10	Existe una disposición general entre el equipo para adoptar nuevas tecnologías que mejoren el servicio.
Percepción del Impacto de la Digitalización en el Desempeño Financiero (ROIC)	Rentabilidad operativa	RO11	La implementación de herramientas digitales ha incrementado las ventas de mi restaurante.
		RO12	Desde que utilizo herramientas digitales, he logrado mejorar el margen operativo de mi negocio.
	Eficiencia del capital invertido	UEC13	Considero que las inversiones realizadas en tecnologías digitales han sido rentables para el negocio.
		UEC14	La digitalización ha mejorado el aprovechamiento y rendimiento de los recursos invertidos.
	Reducción de costos operativos	RC15	La automatización de procesos administrativos mediante herramientas digitales ha disminuido los costos operativos del restaurante.

Nota: Matriz instrumental de instrumental determinado por variables, dimensiones e ítems, elaborado por los autores.

Para la recolección de datos cualitativos se elaboró un cuestionario que se levantó mediante encuesta con escala Likert de 1 a 5 donde 1 se reconoce como totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, además como la tabla 1, se identificaron las variables tanto independiente como dependiente, además abarca dimensiones como herramientas digitales operativas, automatización administrativa y cultura digital organizacional, alineadas con la variable nivel de digitalización. A su vez, incluye dimensiones como rentabilidad operativa eficiente del capital invertido y reducción de costos operativos, asociados al ROIC como variable dependiente a una muestra focalizada de restaurantes digitalizadas, con el fin de contratar sus percepciones respecto al impacto financiero de la digitalización.

Tabla 2 Empresas CIIUI 5610 Ecuador y Quito 2021-2023

Año	Ecuador		Quito	
	Empresas	Empleados	Empresas	Empleados
2021	950	14828	389	9817
2022	1385	18931	497	11646

	2023	1101	20204	650	13866
Total		3436	53963	1536	35329

Nota: Empresas a nivel nacional y Quito del CIU I 5610 restaurantes, periodos de análisis 201-2023y aporte de número de empleados por año, elaborado por los autores, fuente (SCVS, 2025)

La tabla 2 permitió de limitar el universo poblacional a través de número total de empresas y empleados registrados entre 2021 y 2023, para posterior aplicar un muestreo no probabilístico de tipo intensional a 21 representantes de empresas, seleccionando aquellos restaurantes que cumplieran los criterios de tener al menos tres años de operación y haber adoptado alguna herramienta de digitalización.

Tabla 3 *Medición de confiabilidad*

	N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Valido	21	100,0	,935	15
Exclusio ⁿ	0	0,0		
Total	21	100,0		

Nota: Prueba de fiabilidad mediante Alfa de Cronbach, elaborado por los autores.

Al cuestionario levantado de la información primaria mediante encuestas, se le realizó un proceso previo de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, en la tabla 3, de puede identificar que se obtiene un valor de 0.935 lo que indica que existe una alta consistencia interna, lo que significa que los ítems (preguntas) que componen el instrumento utilizado mide de manera coherente el mismo constructo o variable analizada.

Tabla 4 Cuentas principales empresas CIU I 5610 Quito

Años	2021	2022	2023
Activos	\$234.122.781,86	\$249.036.497,87	\$255.936.441,74
Deuda	\$66.766.011,88	\$15.161.019,5	\$12.306.293,47
Patrimonio	\$28.750.358,29	\$38.010.213,79	\$47.134.831,46
Ingreso por ventas	\$341.224.650,91	405.587.420,81	508.457.259,42
EBIT	-\$14.053.248,10	\$6.359.820,90	\$7.255.243,38
Utilidad Neta	-\$16.536.068,00	\$4.960.856,47	\$3.064.966,36
Activos Fijos Activo	\$38.450.284,16	\$45.702.886,76	\$57.294.588,93
Corriente	\$424.163,95	\$4.360.734,53	\$37.335.731,48
Deuda corto plazo	\$15.581.812,71	\$203.043,75	\$2.087.447,31

Nota: Detalle de valor absolutos de cuentas principales y insumos para cálculos restaurantes del CIU I 5610 de Quito, elaborado por los autores, fuente, (SCVS, 2025)

Los datos secundarios recolectados se realizaron mediante la revisión de cuentas claves extraídas de los estados financieros de las empresas del CIU I radicadas en la ciudad de Quito, como se evidencia en la tabla 4. Esta tabla permitió recolectar datos fundamentales como los activos fijos, utilidad operativa (EBIT), activos corrientes y pasivos corrientes, insumos esenciales para el cálculo del ROIC por año.

Tabla 5 *Indicadores financieros empresas CIU I 5610 Quito*

Índices	2021	2022	2024	Tendencia
Liquidez corriente	2,09	7,08	6,30	5,16
Prueba ácida	1,63	5,95	5,95	4,51
Endeudamiento activo	1,52	4,07	1,05	2,21
Endeudamiento patrimonio	17,68	31,87	16,82	22,12
ROE	2,62	3,14	0,71	2,15
ROA	0,75	3,22	0,23	1,40

Nota: Detalle de principales indicadores financieros (liquidez, endeudamiento y rentabilidad), son su tendencia (promedio) del periodo de análisis, elaborado por los autores, fuente, (SCVS, 2025)

El proceso metodológico se complementó con un análisis descriptivo de los indicadores financieros propuestos en la tabla 5, donde se registra los indicadores de liquidez, endeudamiento y rentabilidad (ROA y ROE), con el fin de contrarrestar con el ROIC como indicador operativo clave. Esta comparación permitió evaluar no solo el desempeño contable de los restaurantes del CIU I 5610 en Quito, sino también la eficiencia real del capital invertido.

5. Resultados y discusión

Los datos cuantitativos fueron procesados con el software SPSS, mediante análisis estadísticos descriptivos y correlacionales para determinar la asociación entre las variables. En forma paralela los datos cualitativos fueron analizados

mediante técnicas de análisis de contenido categorizado. El índice ROIC se calculó con base a la fórmula establecida anteriormente (NOPAT/IC), utilizando EBIT y activos fijos extraídos de la tabla 3. Con ello, se logró establecer comparaciones entre años y entre restaurantes de distintos niveles de capitalización, cumpliendo así con los objetivos específicos del estudio.

Tabla 6 Descriptivas dimensiones digitalización de empresas CIU I5610

Dimensión	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Coefficiente de variación
Herramientas digitales	21	1	5	4	1,32	36%
Comercialización y canales	21	1	5	4	1,35	35%
Automatización administrativa	21	2	5	4	1,31	32%
Cultura digital	21	1	5	4	1,40	37%

Nota: análisis descriptivo de las dimensiones relacionadas a la variable digitalización, elaborado, por los autores.

El análisis descriptivo propuesto en este estudio, lo muestra la tabla 6, donde se entrega los resultados de las cuatro dimensiones que componen en la variable nivel de digitalización, contemplando herramientas digitales, comercialización y canales digitales, automatización administrativa, y cultura digital. Cada dimensión o característica presenta una media de 4 sobre 5, lo que evidencia una alta precepción de digitalización en los restaurantes analizados, lo que sugiere que la mayoría de los establecimientos encuestados han adoptado tecnologías digitales de manera significativa en distintas áreas de su gestión.

En términos de variabilidad, los coeficientes de variación entre oscilan entre 32% y 37%, lo que indica que existe una dispersión moderada en las respuestas, es decir aunque el promedio es alto, no todos los restaurantes han alcanzado el mismo nivel de implementación, lo cual es coherente con la realidad observada en el marco teórico y el diagnóstico del problema: la digitalización ha avanzado, pero de forma heterogénea, condicionada por factores como infraestructura, capacitación y cultura organizacional (Cardona y Ríos, 2024; Vásquez et al., 2023)

Tabla 7 Descriptivos de dimensiones del ROIC empresas CIU I5610

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Coefficiente de variación
Rentabilidad operativa	21	1	5	4	1,30	33%
Eficiencia de capital invertido	21	1	5	4	1,34	32%
Reducción de costos	21	1	5	4	1,41	35%

Nota: análisis descriptivo de las dimensiones relacionadas a la variable rendimiento operativo ROIC, elaborado por los autores.

Posterior se determina los descriptivos de la variable desempeño financiero como lo señala la tabla 7, que evidencia que los restaurantes del CIU I 5610 de Quito, perciben un impacto positivo de la digitalización en su desempeño financiero, con medias altas (4) en las dimensiones de rentabilidad operativa, eficiencia de capital invertido y reducción de costos. Esta percepción coincide con lo señalado por Cardona y Ríos (2024), quienes destacan cómo el uso estratégico de redes sociales y plataformas logísticas fortaleció el modelo de negocio en restaurantes latinoamericanos durante y después de la pandemia. Asimismo, los estudios de Villacis y Valdés (2022) señalan que la digitalización ha contribuido a la eficiencia operativa y al ahorro de costos en MYPYMES ecuatorianas, en línea con lo que reflejan los datos de esta tabla.

El hecho de que las desviaciones estándar sean moderadas indica cierta homogeneidad en estas percepciones, lo que sugiere que, más allá del tamaño del restaurante, existe una valoración compartida sobre beneficios financieros de la digitalización.

Tabla 8 Prueba de normalidad del instrumento RHO Spearman

	Estadístico	gl	Sig.
Herramientas digitales	,856	21	,005
Comercialización canales	,784	21	,000
Automatización administrativa	,628	21	,000
Cultura digital	,805	21	,001
Rentabilidad operativa	,757	21	,000
Eficiencia capital	,631	21	,000

Reducción costos	,711	21	,000
------------------	------	----	------

Nota: Comprobación de la normalidad de las dimensiones de variables analizadas, elaborado por los autores.

Los resultados entregados en la tabla 8, muestra la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk aplicada a las dimensiones de las variables analizadas, ya que la muestra tiene menos de 50 elementos. En todos los casos, los valores de significancia son menores a 0.05, indicando que ninguna de las variables sigue una distribución normal. Con este resultado clave, ya se respalda el enfoque metodológico no paramétrico adoptado en el estudio, y se alinea con el carácter heterogéneo y dinámico que la literatura atribuye a las PYMES del sector gastronómico en proceso de transformación digital

Tabla 9 Calculo y análisis de tendencia de ROIC de las empresas CIIU I5610

Año	2021	2022	2023
EBIT	\$-14.053.248,10	\$ 6.359.820,90	\$ 7.255.243,38
Tasa Imp. Promedio 36,25%	\$ -5.094.302,44	\$ 2.305.435,08	\$ 2.630.025,73
NOPAT	\$ -8.958.945,66	\$ 4.054.385,82	\$ 4.625.217,65
NOF	\$-15.157.648,76	\$ 4.157.690,78	\$ 35.248.284,17
Activos Fijos	\$ 38.450.284,16	\$45.702.886,76	\$ 57.294.588,93
INVESTED CAPITAL	\$ 23.292.635,40	\$49.860.577,54	\$ 92.542.873,10
ROIC	-38,46%	8,13%	5,00%

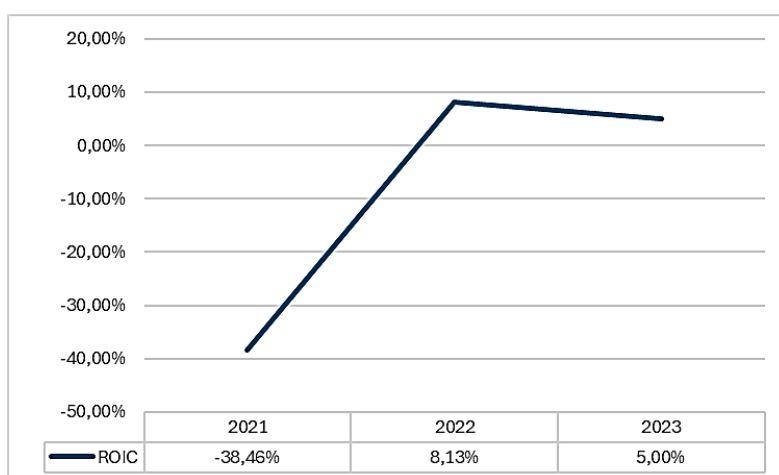
Nota: obtención de ROIC de las empresas del CIIUI 5610, su evolución en los periodos 2021-2023, elaborado por los autores.

La evidencia de la evolución significativa en el desempeño financiero operativo de las CIIU I5610, lo determina la tabla 9, donde el ROIC fue negativo (-38,46%), reflejo del impacto financiero de la pandemia, con resultados operativos negativos (EBIT) y un bajo aprovechamiento de capital invertido. Este escenario concuerda con el contexto descrito por Brynjolfsson y McAfee (2014); Villacis y Valdés (2022), quienes sostienen que la falta de digitalización previa y la crisis sanitaria afectaron en forma profunda la rentabilidad de las PYMES en Ecuador.

A partir del 2022 se observa recuperación, con un ROIC positivo de 8,13% atribuible un cambio en el EBIT y una mejor utilización de los activos fijos, lo cual podría estar asociado al incremento en la adopción de herramientas digitales

(como se respalda en la tabla 6 y 7). Esta mejora sigue en 2023 con un ROIC del 5%, aunque con una ligera disminución respecto al año anterior, atribuible posiblemente debido al crecimiento del capital invertido (Invested Capital) y al aumento de las necesidades operativas de fondos (NOF), datos coherentemente relacionados con lo que Cardona y Ríos (2024; Vásquez et al., (2023), quienes argumentan que la digitalización especialmente en comercialización y automatización administrativa mejora la rentabilidad operativa.

Figura 1 Tendencia del ROIC en periodos 2021-2023 empresas CIU I 5610



Nota: gráfica de tendencia del ROIC del sector restaurantes del CIU I 5610, elaborado por los autores.

La figura 1 demuestra la tendencia y evolución del ROIC en los restaurantes del CIU I 5610 de Quito, en una forma gráfica que permite en forma clara comparar los datos expuestos en la tabla 9

Tabla 10. Correlación de Spearman entre dimensiones de variables analizadas.

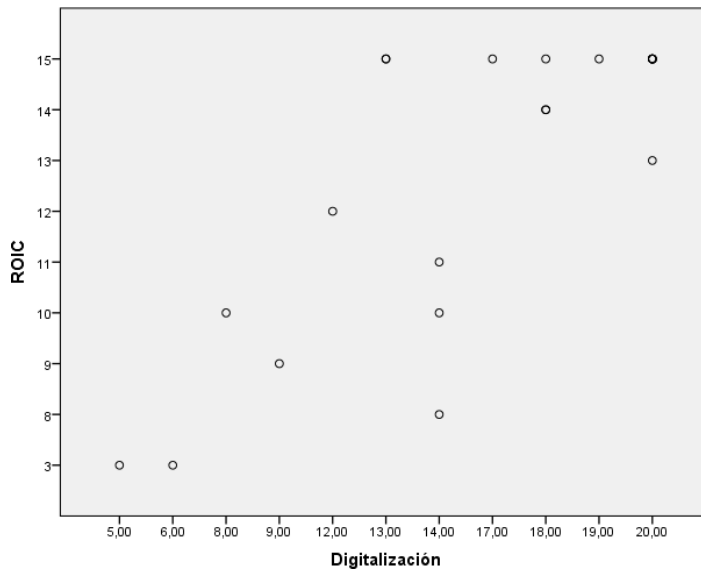
	Herramientas digitales operativas	Comercialización y canales digitales	Automatización administrativa	Cultura digital organizacional	Rentabilidad operativa	Eficiencia del capital invertido	Reducción de costos operativos
Herramientas digitales operativas	Corr Sig	1,000 ,541*	,558** ,009	,715** ,000	,521* ,016	,560** ,008	,296 ,193
Comercialización y canales digitales	Corr Sig	,541* ,011	1,000 ,468*	,702** ,032	,618** ,003	,475* ,030	,495* ,022
Automatización administrativa	Corr Sig	,558** ,009	,468* ,032	1,000 ,665**	,810** ,001	,969** ,000	,728** ,000

Cultura digital organizacional	Corr Sig	,715** ,000	,702** ,000	,665** ,001	1,000	,724** ,000	,693** ,000	,675** ,001
Rentabilidad operativa	Corr Sig	,521* ,016	,618** ,003	,810** ,000	,724** ,000	1,000	,842** ,000	,758** ,000
Eficiencia del capital invertido	Corr Sig	,560** ,008	,475* ,030	,969** ,000	,693** ,000	,842** ,000	1,000	,731** ,000
Reducción de costos operativos	Corr Sig	,296 ,193	,495* ,022	,728** ,000	,675** ,001	,758** ,000	,731** ,000	1,000

Nota: Análisis de correlación de Spearman entre dimensiones de variable Digitalización y ROIC, elaborado por autores.

Las correlaciones entre dimensiones de cada variable digitalización y desempeño financiero (ROIC) se muestran en la tabla 10, revelando asociaciones positivas y estadísticamente significativas entre múltiples pares de variables. Se destaca que la automatización administrativa y la cultura digital organizacional tienen correlaciones muy altas con la eficiencia del capital invertido (0.969 y 0.693 respectivamente) y con la rentabilidad operativa (0.810 y 0.724), indicando que estas dimensiones digitales están fuertemente relacionadas con mejoras en el desempeño financiero. Además, herramientas digitales operativas y canales de comercialización también presentan asociaciones significativas con las variables del ROIC, especialmente en relación con la reducción de costos y la eficiencia operativa. Estos resultados empíricos confirman lo planteado por los autores como Cardona y Ríos (2024; Vásquez et al. (2023) quienes señalan que una adecuada integración tecnológica puede traducirse en mayor rentabilidad y uso eficiente del capital

Figura 2 Correlación variable digitalización y ROIC de los restaurantes del CIU I 5610



Nota: Grafica de correlación entre variable Digitalización y rendimiento operativo (ROIC) de las empresas del CIU I5610, elaborado por los autores.

La figura 2 resalta un diagrama de dispersión donde se relaciona el nivel de digitalización con el ROIC en restaurantes CIU I5610, evidenciando una tendencia positiva que señala que, a mayor digitalización, mayor rendimiento sobre el capital invertido. Si bien existe cierta dispersión entre valores intermedios, se observa que los restaurantes con puntuaciones más altas en herramientas digitales (entre 17 y 20 puntos) tienden a concentrarse en niveles superiores de ROIC (mayores a 14%), mientras que aquellos con baja digitalización presentan retornos más bajos.

Esta relación visual apoya los resultados obtenidos en la tabla 10 y coincide con lo planteado por autores como Villacis y Valdés (2022) que sostienen que la integración digital en procesos clave mejora la rentabilidad operativa.

Figura 3 Análisis promedio de digitalización y categorías de ROIC Kruskal-Wallis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de Promedio_digitalizacion es la misma entre las categorías de ROIC.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,106	Conserve la hipótesis nula.

Nota: Análisis que permite determinar la relación entre empresas con baja y alta digitalización y el ROIC, elaborado por los autores, fuente SPSS de datos de estudio.

Por último, se quiso de terminar la diferencia entre las empresas que más utilizan digitalización y las que lo hacen en menor proporción, y su respectivo impacto al ROIC. La figura 3 presenta el resultado del contraste de hipótesis mediante la prueba de Kruskal- Wallis, aplicada para comparar la distribución del promedio de digitalización entre diferentes categorías de ROIC. El valor de significancia fue de 0.106, mayor al umbral convencional de 0.05, por lo que se acepta la hipótesis nula, es decir no se encontraron diferencias estadísticas significativas entre los niveles de digitalización y las categorías de ROIC. Aunque en forma visual y en pruebas anteriores se observa una relación positiva entre ambas variables (como en la correlación de Spearman), este resultado sugiere que la diferencia entre grupos no es lo suficientemente fuerte para afirmarse con evidencia robusta. Este hallazgo coincide con lo advertido por Santos y Jasson (2023), que indican que los efectos financieros de la digitalización pueden verse influenciados por múltiples factores adicionales, como la madurez organizacional, el contexto económico o el tipo de estrategia digital adoptada.

6. Conclusiones

- El estudio permite determinar que la digitalización tiene un impacto positivo en el desempeño financiero de los restaurantes del CIU I 5610 de la ciudad de Quito, específicamente medido a través del ROIC. A partir del análisis combinado de datos contables y percepciones cualitativas, se evidencia que la integración de herramientas digitales ha contribuido a mejorar la eficiencia del capital invertido, aumentar la rentabilidad operativa y reducir costos administrativos, aunque este impacto no es uniforme en todos los casos, ya que la tendencia general apoya que la digitalización se ha convertido en una palanca estratégica clave para la sostenibilidad financiera del sector postpandemia

- Se pudo observar una evolución significativa del ROIC entre el año 2021 y 2023. En el 2021, el sector enfrentó un ROIC negativo (-38.46%) por efectos de la crisis sanitaria: sin embargo, en los siguientes años se registraron ROIC positivos (8,13% y 5% respectivamente), indicando recuperación progresiva. Esta tendencia se vincula con un mejor aprovechamiento de activos fijos y capital operativo, y coincide con el incremento en la adopción de soluciones digitales, cumpliéndose así con el análisis de la evolución obtenida del ROIC a lo largo del periodo de estudio.
- Se pudieron identificar cuatro dimensiones clave de digitalización en los restaurantes: herramientas digitales operativas, canales de comercialización, automatización administrativa, y cultura digital organizacional. Mediante el análisis correlacional de Spearman, se demostró que estas dimensiones guardan una relación significativa y positiva con el ROIC, en especial con la eficiencia del capital y la rentabilidad operativa. Este hallazgo confirma que la digitalización no solo está presente, sino que influye directamente en la gestión financiera del negocio.
- Si bien la prueba de Kruskal-Wallis no revelaron diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de digitalización (no digitalizadas y digitalizadas) y categorías de ROIC, otros análisis como el diagrama de dispersión y correlaciones evidencian que los restaurantes con mayor digitalización tienden a obtener mejores retornos sobre el capital invertido. Esto sugiere que, si bien la digitalización por sí sola no garantiza un mejor desempeño financiero, su integración estratégica, junto a otros factores como la madurez organizacional y el entorno económico, puede marcar diferencias importantes en la eficiencia financiera.

Referencias

- Araujo, A., & Damián, A. (2020). *Implementación del ROIC como metodología de análisis financiero comparativo del rendimiento de compañías en el Ecuador en el período 2008-2018*.
- Brynjolfsson, Erik., & McAfee, Andrew. (2014). *The second machine age : work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W.W. Norton & Company.
- Bueno, L., & Vinyals, S. (2023). The digital Transformation of the Great Brands of Spanish Gastronomy in Times of Crisis. *Anuario Electronico de Estudios En Comunicacion Social Disertaciones*, 16(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12438>
- Cardona, D., & Rios, J. (2024). *Impacto de la estrategia digital en instagram y facebook del restaurante Crepes & Waffles*.
- Carrión, J., Novillo, L., & Aguirre, M. (2024). Impacto de la economía digital de las PYMES en El Oro. CASO INCARPALM. *Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento, y Educación*.
- Castro, E., & Paccha, M. (2023). *Impact of e-commerce on Ecuador as a marketing tool*. <https://doi.org/10.34070>
- CEPAL. (2021). *Tecnologías digitales para el nuevo futuro*. www.cepal.org/apps
- Delgado, P., & Guerrero, I. (2024). *Creación de una base de datos para el análisis del ROIC de EDP Renovaveis (EDPR)*.
- Dumrauf, G. (2023). *Como medir la creación y destrucción de valor*.
- Hwang, J., Eves, A., & Stienmetz, J. (2021a). The impact of social media use on consumers' restaurant consumption experiences: A qualitative study. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126581>
- Hwang, J., Eves, A., & Stienmetz, J. (2021b). The impact of social media use on consumers' restaurant consumption experiences: A qualitative study. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126581>
- López, S., & Ponce, A. (2022). *Análisis del impacto financiero en las empresas del sector de servicios alimentarios de la ciudad de Guayaquil frente al COVID -19*.

- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD.
<https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Porter, M., Heppelmann, J. E., & Review, H. B. (2014). *Artículo: How Smart Connected Products Are Transforming Competition*.
- Rocha, K., Arevalo, N., & Cocunubo, L. (2022). *Las PYME en economías emergentes: El emprendimiento empresarial en Chile como factor determinante en el desarrollo económico de la última década*.
- Santos, M., & Jasson, L. (2023). Pandemia, plataformas digitales y competencias tecno-administrativas entre los emprendedores restauranteros. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 25(3), 902–925. <https://doi.org/10.36390/telos253.21>
- SCVS. (2025). *Ranking de empresas*.
<https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>
- Start up Youp. (2021). *La digitalización del sector de la restauración*.
- Vásquez, L., Díaz, J., Betancur, Y., & Reyes, G. (2023). Transformación Digital un Reto para las Pymes: Articulación de TIC -Tecnología de la Información- en las Pequeñas Empresas (Pymes) del Sector Manufacturero de Risaralda. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 5314–5337. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8128
- Villacis, L., & Valdés, C. (2022). Herramientas digitales en la reactivación económica en época de pandemia Covid-19. *Caminos de investigación*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24139.46881>
- Yáñez, G. (2022). *Impacto del uso del marketing digital en el comportamiento de compra del consumidor en el servicio de comida a domicilio del restaurante “Siete machos”, ubicado en la ciudad de Quito en el año 2019-2020*.