

**Actitud emprendedora desde
una perspectiva digital**

**Entrepreneurial attitude from
a digital perspective**

Janeth Raquel Reyes Santamaria

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí
raquelreyes455@hotmail.com

Argelio Antonio Hidalgo Avila

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Ecuador
ahidalgo@pucesm.edu.ec / argelio.hidalgo@uleam.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326

RESUMEN

Las tendencias digitales están dando nuevas oportunidades al ser humano, a nivel empresarial, el comercio electrónico esta cubriendo esas expectativas, el presente artículo científico tiene como objetivo, conocer la actitud emprendedora desde una perspectiva digital, dado esto se ha empleado un estudio cualitativo, dando enfoque necesario en la investigación de diversos autores que describen la importancia de la cultura digital y el comercio electrónico tomando en cuenta la gestión empresarial y la productividad que está a la mano del emprendimiento. La metodología aplicada en este estudio fue de tipo bibliográfica, con métodos deductivo-inductivo, analítico, permitiendo conocer esencialidad de la actitud del emprendedor, evidenciando que el comportamiento influye en los objetivos y metas a cumplir, además de la innovación que forma una estrategia positiva en el campo digital para el provecho del comercio electrónico.

Palabras clave: actitud emprendedora, productividad empresarial, cultura digital, comercio electrónico, gestión empresarial

Cómo citar este artículo:

APA:

Reyes, J., & Hidalgo, A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. 593 Digital Publisher CEIT, 5(5-1), 90-106. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

Digital trends are giving new opportunities to the human being, a business level, e-commerce is covering those expectations, this scientific article aims to know the entrepreneurial attitude from a digital perspective, given that a qualitative study has been used, giving necessary approach in the research of various authors who describe the importance of digital culture and electronic commerce taking into account business management and productivity that is at the hand of entrepreneurship. The methodology applied in this study was bibliographic, with deductive-inductive, analytical methods, knowing essential information about the entrepreneur's attitude, showing that the behavior influenced by the objectives and goals to be met, in addition to the innovation that forms a positive strategy in the digital field for the benefit of electronic commerce.

Key words: entrepreneurial attitude, business productivity, digital culture, electronic commerce, business management

Introducción

La motivación es parte esencial en el desarrollo de las actividades del ser humano y el énfasis motor para alcanzar las metas propuestas. El presente exordio de la investigación tiene como objetivo conocer la actitud emprendedora desde una perspectiva digital.

La problemática radica que, en momentos complejos a nivel mundial, nacional o local, los negocios o empresas pueden fracasar, si no tienen una cultura digital activa en el comercio electrónico, más aún cuando se acrecienta una dificultad sanitaria, que envuelve a la economía, a una actividad empresarial poco productiva.

Para que exista una actividad empresarial productiva el emprendedor debe tener una actitud que favorezca las negociaciones.

Esas negociaciones deben ser un esfuerzo de interacción que permita generar beneficios en los emprendedores, para que esta sea exitosa, mostrando una actitud positiva antes las adversidades y situaciones de riesgos. Es decir, un emprendedor con una actitud consiguiera grandes negociaciones y una productividad empresarial con resultados positivos.

La actitud emprendedora parte de la capacidad de crear, diseñar, gestionar o ejecutar un proyecto, mostrando modelos de trabajo eficaz que proyecte el bienestar de la cultura empresarial en la organización. Por lo general el emprendedor debe organizar, planificar, crear, visionar e innovar los productos o servicios, además de las negociaciones que puedan realizar para el desarrollo de la empresa u organización, siendo asertivo y atravesando los obstáculos.

Según Rodríguez (2019) un individuo con actitud emprendedora debe ser innovador, creativo, tener capacidad para asumir riesgo y vencer todos los obstáculos, convirtiéndoles en soluciones y asumiendo el cambio tecnológico para el trabajo de punta, con proceso digital prioritario.

La actitud del emprendedor permite autoeficacia y por ende productividad empresarial.

Por otro lado, el estudio de la productividad toma dos dimensiones importantes, la primera es el factor humano y la segunda la gestión de los procesos que forman parte de la capacidad de la empresa y la forma para operar (Jaimes, Luzardo & Rojas, 2018).

Sin embargo, el hombre debe tener una actitud emprendedora para ser productivos y generar estrategias de procesos y mejorar la actividad empresarial, bajo una cultura digital.

La cultura digital puede definirse como el conjunto de comunidades prácticas que están enmarcadas en la tecnología digitales.

En América Latina se ha realizado un estudio, donde se comprueba que los jóvenes son nativos digitales, demostrando competencia y la apropiación tecnológica a lo largo de la vida; en cuanto a los adultos, aun siente dificultad en la interacción digital y la conectividad, sin embargo el mundo de los negocios están creciendo a pesar de que existen países pobres; pero esto no detiene a los emprendedores apuestan a la conectividad permanente en los negocios (Ricaurte, 2018).

Con el pasar del tiempo la cultura digital se ha ido fortaleciendo, llenando de expectativa el mundo comercial, puesto que es la base para vender desde el mismo lugar de origen.

En Ecuador, los medios digitales han transformado las estrategias de marketing y publicidad enfocando el objetivo meta en el público, estas tendencias están enmarcadas también en el ámbito internacional, donde ha tornado mucho éxito. La cultura digital ha sido una herramienta necesaria para el ámbito profesional, cumple con expectativa diferente que la hacen estratégica en la comunicación e información emitidas dentro de una negociación (Punín, Martínez & Rencoret, 2014).

En este país la cultura digital llega hasta el nivel medio económicamente hablando, incluso las personas con recursos bajos hacen lo posible por adquirir un dispositivo de gran gama, lo que les motiva a realizar una comunicación constante y también el proceso de compra y venta en

plataformas populares.

El ambiente de trabajo es un factor fundamental para todo emprendedor permite crear una cultura de trabajo diferente que muestra una actitud positiva ante toda dificultad.

Cabe señalar que la cultura digital no todos los empresarios la destacan, menos los pequeños emprendedores con negocios nacientes que no cuentan con dispositivos inteligentes y menos tecnología de punta que cubran las necesidades empresariales.

Tomando en cuenta esta perspectiva el desconocimiento digital también está al margen de los pequeños empresarios, afectando el ritmo del crecimiento empresarial y a la actitud emprendedora.

Toda actividad empresarial, debe tener objetivos claros, que beneficien la dirección de la empresa y responder a estrategias de soluciones, cuando se vea afectada al progreso de las entidades, y sobre todo cuando no existe una cultura digital que fortalezca los negocios y la gestión empresarial. Sin embargo, la gestión empresarial, se vuelve también vulnerable, asumiendo riesgos.

De acuerdo con la opinión de Brito (2018) la gestión de riesgos tiene propósitos como contribuir con los procesos de construcción de los agentes de desarrollo; además de promover la reflexión del enfoque de gestión empresarial, aportando con el conceso necesario para el desarrollo de las estrategias que las empresas necesitan.

Si bien cierto toda actividad empresarial, se debe asumir la gestión de riesgo, dado esto las estrategias deben estar a la mano para la puesta en marcha, más aún cuando se habla de la cultura digital. Todo emprendedor en las negociaciones debe asumir riesgo en el ámbito laboral y solo la actitud podrá vencer obstáculos y llevarlos como oportunidad al éxito.

Para Mora, Durán & Zambrano (2016) direccionar una gestión empresarial se debe fundamentar en el lugar de trabajo, creando un ambiente de éxito; también buscar resolución a los problemas

para que fortalezcan los momentos de trabajo y aprovechar las grandes oportunidades dentro del comercio electrónico.

El comercio electrónico, conocido también en inglés como e-commerce está dedicado a la compra y venta de productos o servicios, es decir el comercio en línea que se lo realiza a través de las redes informáticas.

El e-commerce o comercio electrónico ha evolucionado, afrontando grandes retos a nivel empresarial, convirtiéndose en una estrategia organizacional e influyen en los consumidores y usuarios de la internet (Esparza, 2017).

Los retos empresariales y la evolución del comercio electrónico rompen frontera en muchos países permitiendo la conexión comercial de manera oportuna, las negociaciones para empresarios de grandes empresas han influido de manera constante, atrayendo la oportunidad comercial a nivel de países, sin embargo aun existen pequeñas empresas que no arriesgan la compra y venta de productos o servicios electrónicos, muchos por la inestabilidad del conocimiento tecnológico, en los actuales momentos, la situación ha cambiado, incluso en los momentos más complejo ha surgido oportunidades para dar un giro diferente y explorar la el comercio electrónico en los emprendedores. Por ejemplo, la situación de emergencia de salud a nivel mundial ha provocado que muchos empresarios y emprendedores utilicen la ventas y compras vía internet, teniendo buenos resultados.

El e-commerce ha conllevado a grandes oportunidades, favoreciendo a los ecuatorianos en la compra y venta de productos y servicios, el mismo, ha generado un crecimiento económico que favorece al emprendedor y a los empresarios nacionales y extranjeros. Los productos más adquiridos son vía internet han sido las decoraciones, tecnología, dispositivos electrónicos, televisores accesorios y cosméticos, ropa, realizadas por personas de 26 a 55 años (Jurado, 2018).

Dentro de estos parámetros se contextualiza que el comercio electrónico debe ser prioridad en la

gestión empresarial, para que las estrategias en los emprendimientos fluyan de manera efectiva, las grandes y medianas empresas optimizan los recursos en la compra y venta por el comercio electrónico, alcanzado desafíos propicios para el desarrollo de la empresa, las plataformas digitales son aliadas para una buena negociación, para esto es necesario contar con una imagen corporativa fortalecida, donde los clientes y consumidores puedan conocer los servicios y productos que ofrecen las empresas.

En los pequeños negocios y emprendimientos, la cultura digital debe fortalecerse, dando paso al riesgo empresarial para el comercio electrónico, lo principal debe ser estudiar el sector para la aplicación eficaz y productiva del producto y servicio que puedan ofrecer.

En un emprendimiento la gestión empresarial, debe estar ligada con la productividad, el clima laboral, el riesgo inmediato, las estrategias y la actitud que el emprendedor debe fundamentar, de esa manera se puede buscar nuevas soluciones, porque de las dificultades empresariales se motiva a la creación de oportunidades llegando al éxito.

Para esto es necesario el estudio de la actitud emprendedora desde una perspectiva digital, la utilización de los deductivo-inductivo focaliza la investigación para conocer el proceso general a lo particular y viceversa; el método analítico influye en el proceso cualitativo, donde cada conceptualización o teoría de autores representa un dato exclusivo en la investigación para generar nuevas opiniones en el proceso del emprendedor y el ámbito laboral en la perspectiva digital.

Métodos

La metodología aplicada en el presente artículo científico fue de tipo bibliográfico, con un enfoque cualitativo, los métodos que dieron paso a esta investigación fueron deductivo-inductivo, puesto a que consideró información de lo general a lo particular y viceversa; el método analítico que permitió conocer la actitud emprendedora; descriptivo porque se conoció la necesidad de la cultura digital como fuente primaria para

el desarrollo empresarial de los negocios, organizaciones o empresas en general.

Las teorías empleadas por diversos autores conllevaron a desarrollar estrategias explícitas para el emprendedor, donde la actitud, productividad, cultura digital y hasta el comercio electrónico atribuyó a la gestión empresarial y la eficiente negociación que debe emplear el emprendedor.

Estos parámetros bases teóricos focalizó contenidos necesarios para considerar cuan esencial es la actitud del emprendedor para las negociaciones, comercio electrónico como perspectiva digital.

Desarrollo

Actitud emprendedora

Hablar de actitud, es conocer a profundidad hasta donde puede el comportamiento del individuo, actuar de manera positiva, impulsando la acción con la motivación. Toda actitud positiva en las personas atrae oportunidades que deben ser aprovechadas, impulsando el carácter con objetivos a seguir.

En las empresas ya constituidas, negocios y nuevos emprendimientos la actitud debe ser el arma principal para captar la atención de los empleados, mucho más de los clientes y consumidores quienes son el eje que dan vida a una entidad u organización.

Cabe destacar que la actitud es el comportamiento que responde a la conducta anímica o particular del sentir y actuar del accionar humano. Está involucrada a la motivación de cada individuo y en el ámbito profesional, es el factor que da empuje a una actitud emprendedora.

Profundo contenido teórico conceptual revela que la actitud emprendedora es la conducta permanente del administrador, quien aprovecha los recursos y genera resultados de una actividad, son quienes toman en cuenta el segmento de opinión, los objetos o eventos, el segmento emocional y comportamental (Mora R. , 2011).

Es oportuno resaltar que la actitud emprendedora relaciona a la innovación, a la autoestima, al riesgo y el control percibido interno del emprendedor. Dado esto, se analiza que toda actividad comercial o de negociaciones nace del fruto de una buena actitud por parte del emprendedor.

El emprendedor debe mostrar una elevada autoestima para el éxito de las negociaciones, más aún cuando se tienen nuevos proyectos como el instrumento el comercio electrónico como medio de trabajo, la misma debe influir ligada a la gestión empresarial, tomando como principio la innovación y las tendencias digitales.

Revelo (2017) asume que la actitud emprendedora se determina en función de la proactividad, de la ética profesional que forma parte de la empatía, autonomía e innovación en la toma de riesgos en los retos.

Los retos por ende permiten focalizar nuevas ideas, gestionando oportunidades concretas en el desarrollo de los negocios.

El crear una idea o fortalecer la que ya se tiene permite gestionar, medir y evaluar el producto o servicio, desarrollando estrategias emprendedoras que parte de oportunidades concretas para la productividad de la empresa o negocio.

Por otra parte, la autoestima contempla el grado de capacidad y eficiencia que el emprendedor puede catalogarse personalmente para elevar ese espíritu motivador que enfoque al emprendimiento y determine las competencias para alcanzar la productividad deseada.

A la vez el control percibido interno focaliza la responsabilidad para alcanzar el éxito, articulando la estructura empresarial que la rodea.

El riesgo es considerado como la competencia inevitable de todo emprendedor, puesto que es él que asume las actividades de oportunidades y el aprovechamiento para generar la competitividad de la empresa.

Es esa competitividad que hace al emprendedor un

estratega de éxito por la entrega y pasión de crear nuevos rumbos administrativos en el ambiente de trabajo, fomentando la competitividad máxima para alcanzar excelentes resultados.

Diez (2016) manifiesta que el emprendimiento es sin duda un generador de empleo y generador de crecimiento económico, donde el campo del estudio de la conducta alinea la investigación garantizando oportunidades de negocios. La autoeficacia involucra la actitud del emprendedor, ofreciendo convicción en las negociaciones y la decisión del ese emprendedor.

Este autor asume además que el comportamiento, la conducta del emprendedor brinda proactividad en las negociaciones, donde el riesgo es evidente y la innovación como aliado estratégico.

De acuerdo estudio realizado este autor cataloga que los emprendedores que no se arriesgan, pierden oportunidades de negocios sin embargo quienes tienen una actitud positiva llegan a cumplir los objetivos y metas propuestas, como progresos a esa oportunidad realizada y perseguida.

La autoeficacia puede dar paso a la actitud positiva del emprendedor siempre y cuando asuma riesgos que permitan estabilizar la negociación, para estos las estrategias de innovación son aliados primordiales que pueden llevar al éxito a una empresa o negocio.

La actitud emprendedora y la cultura en el desenvolvimiento empresarial vincula en el desarrollo del emprendedor por la forma de pensar, razonar y actuar: además, las habilidades en el desarrollo personal y profesional hace hincapié a la productividad de la empresa, transformándose en habilidades, valores y sobre todo actitudes técnicas que motivan la creatividad e innovación en las tomas de riesgos y búsquedas de oportunidades competitivas (González, Becerril & Fonseca, 2018).

Estos autores revelan que la cultura empresarial proporciona conocimientos y habilidades que promueve responsabilidad y una actitud positiva a nuevas oportunidades, tomando una dimensión

formativa en la educación y el emprendimiento de los negocios empresariales.



Figura 1. Modelo sistémico de la actitud emprendedora

En la figura 1 se observa el modelo sistémico de la actitud emprendedora, permite el sentido crítico de la responsabilidad, la motivación al logro, por el éxito a cada una de las oportunidades, la percepción de oportunidades en los negocios, que llevan a la resiliencia en el cumplimiento de las metas y por ende a la autoeficacia para la construcción del trabajo dentro de un emprendimiento.

El emprendimiento es la acción, de crear, diseñar, construir o transformar un negocio, con la finalidad de solucionar un problema y satisfacer una necesidad propia, social y económica, el mismo persigue oportunidades asumiendo riesgos para alcanzar el éxito, mediante ideas innovadoras, planes estratégicos, proyectos o

estrategias que el emprendedor pueda visionar.

El emprendedor es un estratega que innova a través de la creatividad, llevando las ideas a un accionar de éxito, mediante factores emocionales y una actitud emprendedora con resultados óptimos en la gestión empresarial (Durán & Arias, 2016).

Para que un emprendedor haga la diferencias en las negociaciones debe ser conscientes que la actitud es lo primordial acentuada a los compromisos e innovación que permite la creación de planes de negocios.

La actitud del emprendedor debe ser natural tanto en pensamiento como en el conjunto de acciones para esto se debe tomar en cuenta ciertas características que los mueven al momento de generar unas oportunidades de trabajo como:

Ser organizado. - El emprendedor debe ser una persona organizada, debe llevar a cabo las proyecciones planificando y estableciendo un orden adecuado en las tareas y actividades pretendiendo seguir secuencias de las prioridades como foco esencial para alcanzar la efectividad de los objetivos propuestos y la actitud debe estar acompañada de ese optimismo para cumplir esos propósitos.

Ser Planificador. – Todo emprendedor debe planificar las acciones de trabajo, esto les permitirá alcanzar las metas propuestas, además del enfoque de la innovación como estrategia fundamental en el desarrollo de nuevas negociaciones como por ejemplo las tendencias digitales, que mediante la realización de planes estratégicos, conocerá la necesidad del mercado e idear un proyecto para fortalecer el producto o servicio que emprende, la planificación va de la manera con la organización que son bases fundamentales en un negocio.

Ser creativo. - El emprendedor debe tener la predisposición y ser capaz de generar ideas o conceptos nuevos, cubriendo las expectativas del producto o servicio que desean brindar, engloba la capacidad de interactuar con los demás a través del pensamiento original y la memoria

sensorial que da paso a la imaginación bajo estrategias mentales y creativas. En la actualidad el comercio digital está ganando terreno a nivel mundial y es aquí donde se debe mostrar una aptitud creativa que atribuya acciones en progreso del emprendimiento. Cabe indicar que el emprendedor creativo les atrae las experiencias únicas para compartir los logros empresariales y hacerlos partícipes a la sociedad.

Ser visionario. – El emprendedor debe mirar al futuro con idealismo alcanzando los propósitos de una manera constante de acuerdo con la necesidad y al tipo de emprendimiento, además tiene el olfato para familiarizarse y anticiparse en el mercado para la puesta en marcha de un negocio, siendo capaz de buscar resultados para tener un rendimiento productivo en lo que lo hace.

Ser innovador. – El emprendedor debe innovar con ideas novedosas o distintas atrayendo oportunidad y desafíos al accionar que emplea el emprendimiento, además construye, diseña, implementan y ejecutan actividades para el negocio, tomando en cuenta las experiencias con los conocimientos nuevos, dando paso al desarrollo a una oportunidad significativa para la producción o servicio. Pues en los actuales momentos con las dificultades que a nivel mundial el emprendedor de innovarse tecnológicamente para el desarrollo del comercio electrónico o digital.

Ser motivador. – El emprendedor tiene la autoestima elevada, son seguros de sí mismos, confían en el potencial personal y se motiva para generar ideas e implementarlas de forma progresiva, nunca se detienen a nuevos desafíos, son líderes inmediatos que hace que las personas alrededor piensen de forma positiva y se entusiasme por el trabajo en equipo.

Ser líder. – El liderazgo nace con la persona emprendedora, tiene la facilidad de influenciar a los demás de forma positiva y significativamente llevándolos a que sean parte de un mismo equipo de trabajo, direccionando de manera eficaz y efectiva para alcanzar las metas propuestas.

Gestionar riesgo. – El emprendedor debe gestionar riesgo, verificar cuales son las dificultades del área departamental o en el mercado, para fomentar estrategias innovadoras y ejecutarlas a través de ideas innovadoras, planes estratégicos y proyectos.

Ser asertivo. – Asertividad debe estar perenne en el emprendedor, es una habilidad propia que debe ser mostrada en el ambiente laboral y en las negociaciones, tomando en cuenta la atracción del cliente o consumidor. El ser asertivo permite al emprendedor tener una actitud positiva tanto en la forma de integración social y comunicativa para interactuar en los negocios y buscar un resultado significativo, es decir siempre estar al tanto de las nuevas tendencias siendo cortés, concreta en una buena comunicación.



Figura 2. Comunicación asertiva

En la figura 2 se visualiza la comunicación asertiva que es fundamental para todo emprendedor que fortalece a la actitud empresarial para alcanzar el éxito.

Castellano et al. (2017) asumen que la estrategia de comunicación conduce a la forma de actitud asertiva del individuo, donde la conducción de esta permite tener una perspectiva propia, que es la clave para transformar una idea en una entidad o en la sociedad en general.

Todo emprendedor, Además, busca trabajo en equipo, superación para él y para quienes direcciona, con el fin de lograr resultados, bajo una iniciativa laboral que da paso al sentido de oportunidad y sobre todo al aprendizaje.

Todo emprendedor emerge una productividad empresarial y está debe ser acentuada con los demás miembros de la organización.

Productividad

Se puede definir como productividad, a la capacidad de hacer actividad en menos tiempo, dentro del ámbito empresarial la productividad se la relaciona al crecimiento de los productos o servicios.

El enfoque sistémico de la productividad en las personas y la organización están afectadas por características del comportamiento del mismo individuo, el mismo que está inmerso en el proceso psicológico y psicosociales que influyen en el desempeño, la voluntad y decisiones del emprendedor (Marvel, Rodriguez & Núñez, 2011).

De acuerdo con este citado, es necesario conocer los tipos de productividad:

Productividad de procesos. – está enfocado en los recursos como físicos, tecnológicos, utilización de herramientas de gestión y del recurso humano, tomando en cuenta la calidad, los estándares de producción, el valor agregado, además de la atención al cliente por los servicios brindados.

Productividad del marketing. - Relaciona las estrategias comerciales del emprendedor para llegar a nuevos mercados con el fin de incrementar los clientes para luego consolidarlos y también fidelizarlos llevándolos, al éxito total.

Productividad en la innovación. - Es necesaria y netamente importante para la organización, aplica la tecnología y las tendencias actuales en los negocios.

Para innovar es necesario que las organizaciones desarrollen capacidad en los conocimientos

de emprendimiento, buscando hallazgos significativos para mejorar. La capacidad emprendedora incide en el rendimiento de las empresas ligados con la innovación el rendimiento con el mercado permitirá el lanzamiento de nuevos productos o servicios (Díaz, Guerrero & Peña, 2015).

Productividad del conocimiento. – Todo emprendedor debe tener conocimiento exacto, que asuma la calidad y se actualice a los nuevos saberes empresariales considerando a la cultura digital, las herramientas tecnológicas, el proceso de la organización, además de los métodos de calidad para ser cada vez más competitivos.

Cultura digital

En los últimos años a nivel mundial la tecnología ha cambiado la perspectiva del ser humano.

Aportes sustantivos a este estudio lo constituye la cultura digital que son las prácticas, costumbres e interacción social que lleva a través del recurso tecnológico.

La cultura digital determina cambios en toda organización sean empresarial como educativa, las Tic, por ejemplo, en las actividades son frecuente y las negociaciones más activas por el acceso al internet y las disposiciones en la comunicación en línea (Casilla & Ramírez, 2019).

En la actualidad el mundo tecnológico empresarial ha ido enmarcando oportunidades de negocios, las empresas atribuyen al campo innovador como una herramienta versátil que permite la productividad económica, sin embargo, la cultura organizacional influye en la parte social y responsable; todo emprendedor necesita tener conocimientos de las herramientas básicas de la tecnología para que pueda satisfacer a los clientes o consumidores digitales.

Si bien es cierto el cliente es el motor del funcionamiento de la empresa, sin ellos la empresa de funcionaria, combinados por el desarrollo laboral de los empleados hacen una función eficaz para el producto o servicio que se brinda.

Para Muñoz, Sebastián & Núñez, (2019) afrontar el éxito de la era digital es un reto para las organizaciones, por el análisis de las necesidades de cambio de la cultura corporativa de sector público o privado, puesto que no siempre se encuentran preparados para la flexibilidad y permeabilidad de la reformulación de nuevas estructuras y adaptación en las entidades.

Desde la perspectiva de análisis de Magro, et al. (2014) afirman que la digitalización de una empresa “no es un objetivo en sí mismo, no es un punto de destino, sino un proceso de profunda transformación que exige actitudes de cambio y adaptación permanente para salir de zonas de confort y explorar nuevas posibilidades”.

Bajo el análisis de estos autores vale recalcar que el emprendedor debe adaptarse a esos cambios de la cultura digital, porque es la base para alcanzar el éxito y la productividad en la gestión empresarial y el alcance de nuevos proyectos.

Si el emprendedor o empresario no se adaptare corre el riesgo de declinar y no estar en las tendencias económicas a nivel global bajo las actividades empresariales. Por ellos es necesario efectuar procesos de innovación a través de proyectos abarcando la cultura digital, las resoluciones de problemas y el desarrollo de las competencias.

Las competencias digitales son necesarias en una organización influyen en el consumidor para la adquisición de un producto o servicio.

Las competencias digitales en las empresas, encuadra un funcionamiento de herramientas concretas que permite al emprendedor conocer las necesidades del cliente. También logra la productividad empresarial, por los sistemas contables, el proceso de la adquisición del marketing digital y la toma de decisión inmediata para una actividad activa en el sector económico (Infante et al., 2016).

Montero et al. (2019) asumen que el desarrollo del internet y la tecnología de la comunicación e información a condicionado nuevos cambios de profundidad en la sociedad, generando

búsqueda, hasta llegar a compartir un tema de interés evolucionando aceleradamente en el mundo global, conllevando a generar retos en los entornos digitales de salud, negocios, educación entre otros. La cultura digital cada vez abarca más la responsabilidad en el mundo de los negocios haciéndose fuerte en el campo laboral y comercio electrónico. Los empresarios dan paso positivo a las negociaciones y puntos estratégicos de compra y venta.

Las competencias digitales deben ser asumida por los emprendedores, desbordando la capacidad de interactuar mediante el desempeño eficiente para esto debe tener una actitud positiva, tener comunicación eficaz, tener formación continua en las negociaciones del comercio electrónico y todas las tendencias digitales como competencias armónicas para una compra o venta segura.

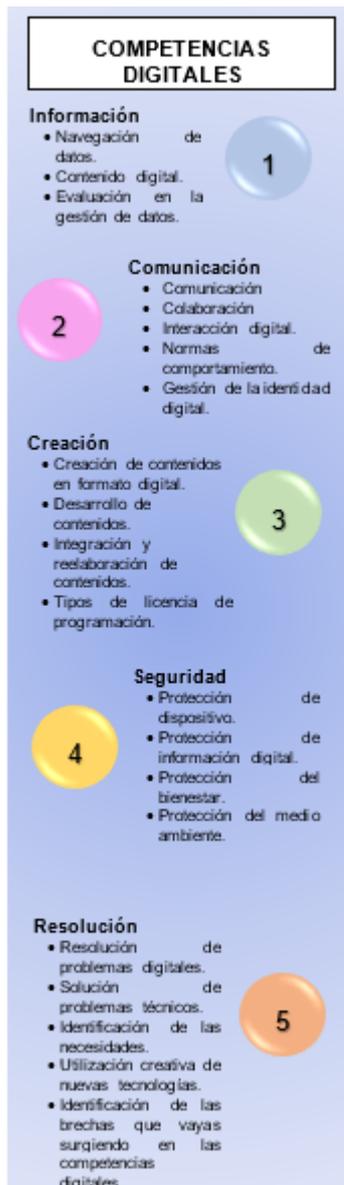


Figura 3. Competencias digitales

En la figura 3. Se evidencia las competencias digitales que han hecho tendencias en el mundo económico de tecnología.

El comportamiento digital demanda competencias en las empresas este debe estar innovando conocimientos para estar al tanto del campo empresarial.

La información y alfabetización de datos permite navegar, buscar y filtrar información y contenido digital, además conlleva a una evaluación de contenidos que se pueda afianzar en el desarrollo empresarial.

La comunicación y colaboración focaliza la

interacción del emprendedor compartiendo datos que ayuda al progreso de la empresa, por lo tanto, la imagen corporativa juega un papel importante en las organizaciones.

El contenido digital y la creación ayuda al desarrollo digital mejorando la programación de los sistemas informáticos que son parte del desarrollo de las empresas.

La seguridad, debe efectuarse en todos los dispositivos del personal permitiendo una comunicación integra y protección a las negociaciones.

De acuerdo con estas competencias digitales la resolución de problemas del emprendedor ayudará a identificar las necesidades y los nuevos procesos digitales.

Comercio electrónico

Para Barrientos (2017) el internet se ha convertido en una parte esencial del ser humano y el consumo de productos y servicios ha alcanzado estándares representativos en el comercio electrónico.

Este autor asume que el internet transforma el marketing y los negocios de la empresa, y que el e-commerce ayuda a la entrada y salida de bienes y servicios. En el marketing estratégico y el comercio electrónico.

Añade que la forma tradicional del comercio debe acoplarse con el marketing estratégico digital, cuando las empresas o emprendimiento forma parte del internet, el compromiso profesional debe focalizarse en las tendencias actuales e innovadoras, para esto los emprendimientos que asuman el riesgo del comercio electrónico debe tener una plataforma y páginas del producto o servicio que ofrecen, tomando en cuenta que esta es fundamental para las negociaciones.

Gestión empresarial

La administración de empresas es una ciencia social que relaciona a la planificación, organización, dirección y control de un ente o negocio, implica los fundamentos teóricos de la administración, donde interviene los

recursos, la finanza para una productividad eficaz, además el diseño organizacional debe involucrar el comportamiento de la cultura laboral, la comunicación, liderazgo, innovación, motivación y satisfacción laboral.

El proceso administrativo está conectado de la planificación, organización, dirección y control como un conjunto de reglas, políticas o actividades establecidas por la empresa, con la finalidad de potenciar la eficiencia y eficacia de los recursos humanos, técnicos y materiales.

Para Arteaga et al. (2016) la administración de empresas es un proceso que permite diseñar y mantener un ambiente eficaz laborar con un determinado grupo de personas, con el fin de alcanzar metas de una forma organizada, tomando en cuenta el comportamiento, la dirección de los recursos, la estrategia para brindar un enfoque sistemático y garantizar la productividad de la entidad.

Es oportuno resaltar que la administración de empresas en una organización, entidad o empresas es necesariamente fundamental, porque vincula a otras áreas departamentales que fomentan la productividad, eficiencia y eficacia de esta.

Chinchilla (2017) en la intervención del libro digital Gestión Empresarial e Innovación alude “Si cambiamos nuestra actitud, cambiaremos nuestro mundo” precisamente la innovación como entidad es netamente necesaria para el progreso de las empresas, si existe una buena disciplina y formación en la economía los negocios y emprendimientos habrá productividad.

Un cambio de innovación en los emprendimientos debe estar acentuados con los proyectos para generar nuevas ideas y oportunidades empresariales.

Básicamente los proyectos en el ámbito empresa forma parte del pilar fundamental de un administrador de negocios o un profesional. La gestión de proyectos se le considera como un enfoque metodológico que permite planificar, orientar o dirigir procesos relacionados con

el plan estratégico de una empresa, negocio u organización para el logro de un objetivo. Para esto es necesario tomar en cuenta:

El inicio y la evaluación de un proyecto.

Análisis y estrategias ante los problemas que surjan durante un proyecto.

Viabilidad y aprobación del proyecto.

Si bien es cierto la gestión de proyecto está encaminada a conseguir los objetivos prestablecidos que darán como resultado los beneficios y estrategias de rendimiento corporativo. Aporte sustantivo lo compone el alcance de la alineación estratégica, que hace frente a las oportunidades de negocio, partiendo del liderazgo, que proporciona una visión positiva ante los obstáculos, para esto se debe fundamentar un enfoque claro en los objetivos para garantizar un plan estratégico adecuado antes de ser ejecutado, es decir la planificación debe ser realista para el proceso de la calidad, que es de vital importancia, para asumir riesgos, identificarlos y mitigarlos mediante un proceso ordenado.

La gestión de proyecto involucra al aprendizaje donde el éxito y el fracaso puede fluir de acuerdo con la planificación, organización, dirección y control. Si se habla de los profesionales de administración de empresas y de los emprendimientos creados, se obtiene grandes recursos de conocimientos, porque no solo hacen proyecciones empresariales, sino buscan ganar mercado en una economía compleja.

La estrategia de contenido digital es aquella que comprende el proceso de diagnostica, planificar, crear, comercializar y medir estrategias que el individuo puede plantear en un contenido web (Lizano, Abril & Ballesteros, 2019).

El ambiente empresarial reactiva el comportamiento productivo en las organizaciones o entidades, dinamizando las económicas y beneficios en las estrategias planteadas por el emprendedor.

Las estrategias empresariales ayudan al

cumplimiento de los objetivos reduciendo costos por el análisis de una problemática empresarial suscitado o en el desarrollo de nuevas decisiones operativas (Alaña, Crespo & Gonzaga, 2018).

Toda organización debe asumir nuevas estrategias y establecerlas a base de ideas, que les permita innovar. El emprendedor debe ser estratégico en las negociaciones, diagnosticar como ser más productivos y desempeñar el rol de líder en cada una de las actividades en las organizaciones.

Análisis y discusión

Aportes sustantivos a este estudio lo tienen la actitud emprendedora, donde debe ser netamente esencial para el desarrollo de las negociaciones y la innovación laboral en el emprendimiento.

Un emprendedor con buena actitud atraerá a más cliente y dará paso a la motivación en el ámbito de trabajo.

Para tener una buena actitud, el emprendedor debe:

Crear en sí mismo, confiar en las ideas que desea desarrollar, si no se tiene la fe absoluta en el proyecto propuesto, no tendrá la convicción de alcanzar las metas que se proponga.

Estar motivado, para cumplir cada una de acciones, la predisposición se ve reflejada en la alta autoestima y la investigación plasmada para el desarrollo empresarial del emprendimiento.

Saber escuchar, ya que es el punto principal de los empleados y clientes que dirija, también es necesario descubrir nuevas experiencias de otros emprendedores y profesionales y solo el saber escuchar y comprender le permitirá llegar al éxito.

Perder el miedo, ya es que es una sensación que afecta a la seguridad del emprendedor prohibiéndole experimentar nuevas oportunidades. La seguridad fundamental en las negociaciones y en la toma de decisiones para resolver un problema, además debe estar acompañado de conocimiento, por lo que es necesario que el emprendedor se autoevalúe y

retroalimente sus habilidades empresariales.

Desde el punto de vista de los contenidos estudiados es necesario considerar que la cultura digital en una empresa es netamente necesaria el emprendedor debe fundamentarse estrategias innovadoras que efectúe la productividad empresarial tomando en cuenta:

La innovación, como potencia al mejoramiento continuo que debe ser de forma permanente para estar en las tendencias empresariales actuales.

La transparencia, debe estar abierta a la horizontalidad de la comunicación interna y externa para la interacción social y digital con desarrollo al progreso de nuevos emprendimientos.

La conectividad debe estar perenne en las organizaciones especialmente cuando se trata del acercamiento de los clientes y consumidores, creando nuevos canales digitales con el trabajo colaborativo, creativo y productivo.

Ligado a la flexibilidad, por la facilidad a la adaptación del entorno cambiante y diferente del ambiente laboral social, económico y tecnológico.

Ágil, por la capacidad de rapidez y velocidad de los nuevos cambios.

La transformación digital aporta al emprendedor grandes beneficios aplicando estrategias adecuadas, recursos disponibles efectivos, pilares básicos para la buena administración y la restauración de nuevos aprendizajes empresariales para la toma de decisiones.

En cuanto a la gestión empresarial se la puede denominar el conjunto de acciones que enmarca el plan estratégico de las negociaciones y aportan el desarrollo de las empresas.

Por otra parte, el emprendedor debe ser decisivo en las tomas estratégicas para el bien de las empresas, mostrando habilidad, experiencia, la buena gestión empresarial sustenta la buena comunicación en las relaciones de negocios, sin embargo, es necesario determinar líneas de

acción para alcanzar los objetivos.

Los conocimientos claves que deben tener los emprendedores para una buena gestión empresarial son:

El análisis financiero. - Es el estudio de la información contable de una entidad u organización, tiene como finalidad diagnosticar la situación y estar al tanto en los procesos de entrada y salida de los servicios o productos de la empresa como también de la proyección y desenvolvimiento de las actividades comerciales y estrategias que implemente. Además, es importante el análisis de la rentabilidad, liquidez y solvencia.

Facilidad de idiomas. - Todo emprendedor debe dominar idiomas y uno de los principales es conocer el inglés básico. Se destaca que la comunicación juega un papel netamente importante para alcanzar el éxito profesional, permitir una apertura comercial en las negociaciones.

Estrategias inmediatas o estrategias de negociación son las acciones que debe plantear el emprendedor para beneficios de la empresa, generando un clima de confianza, resultados positivos, compromiso y colaboración de quienes son parte de la entidad u organización, para estos son necesarias las tácticas de negociación.

Marketing y comunicación, el emprendedor debe estar en constante innovación; los canales de comunicación deben constante relación con las estrategias empresariales, pues esta combinación fortalece al marketing en la consolidación de las 4P (Producto, Plaza, Precio y Promoción), que son elementos necesarios para el desarrollo de la empresa.

Liderazgo empresarial, todo emprendedor debe ser líder en las acciones que realiza, en la toma de decisiones y sobre todo en la dirección con los empleados. Cabe destacar que el liderazgo empresarial es la habilidad que el emprendedor de influir interna y externamente para alcanzar las metas, para esto es necesario tener capacidad de comunicación, motivar al equipo de trabajo,

tener carisma en el ambiente de trabajo, con clientes, consumidores y todo público en general, además proveer de la capacidad de resolución, que debe ser efectuada con interés y positivismo.

La literatura de autores citados muestra que la productividad empresarial es importante en las negociaciones, de acuerdo a estudios pertinentes toda actividad emprendedora que es planificada, organizada, direccionada y controlada muestra el proceso proactivo, donde la productividad garantiza el progreso de las empresas u organizaciones, claro está que debe acoplarse a las tendencias tecnológica, donde el complemento ideal es tener una adecuada cultura digital, para que exista un comercio electrónico adecuado que garantice al cliente y consumidor.

La gestión empresarial, no debe quedar de lado, las necesidades de los consumidores deben generar un propósito de productividad y ganancias en las empres. Tomando en cuenta el emprendimiento, el capital, el trabajo y los recursos disponibles.

Se debe considerar que un emprendedor busca el cambio en todas las actividades, absorbe conocimientos nuevos para la aplicación del comercio digital.

Cuando la cultura digital aporta numerosos beneficios es importante romper desafíos, la transformación digital de una empresa, depende hasta donde quiere llegar el emprendedor.

Conclusiones

De acuerdo con el análisis cualitativo de diversos autores, se potencializar la necesidad de conocer cuán importante es la actitud del emprendedor bajo el desarrollo de la perspectiva digital, se evidencia que el comportamiento influye en los objetivos y metas a cumplir, sin embargo, no se puede dejar atrás la innovación que forma parte de la productividad empresarial del emprendimiento.

Desde este punto de vista, todo emprendedor debe tener una estrategia a la mano, que ayude al progreso de la entidad o negocio, esto se logra con la predisposición y conocimientos

digitales, empresariales hasta de las actitudes y características que debe asumir el emprendedor.

Para finalizar se focaliza que la cultura digital en los emprendedores debe estar en constante innovación, más aún cuando se aplica el comercio electrónico.

Referencias bibliográficas

- Alaña, T., Crespo, M., & Gonzaga, S. (2018). ¿Cómo las estrategias empresariales permiten una ventaja competitiva en las micro, pequeñas y medianas empresas de la Provincia de El Oro. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 251-256. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-257.pdf>
- Arteaga, H., Intriago, D., & Mendoza, K. (2016). La ciencia de la administración de empresas. *Revista Científica Ciencias Económicas Empresariales*, 2(4), 421-431. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/viewFile/265/314>
- Barrientos, P. (2017). Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 9(1), 41-56. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3235/323549941003.pdf>
- Brito, D. (2018). El riesgo empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 269-277. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100269
- Casilla, Á., & Ramírez, A. (2019). Cultura digital y cambio institucional de las universidades. *Revista de la educación superior*, 48(141), 98-111. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-27602019000300097&script=sci_arttext
- Castellano, M., Virviescas, J., Castro, E., Alvarino, C., Pinzón, B., & Gutiérrez, R. (2017). Resolución de conflictos para el fomento de la cultura de paz: importancia de los medios de comunicación alternos en Colombia. *Revista Lasllista de Investigación*, 14(1), 56-65. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69551301005.pdf>
- Chinchilla, C. (2017). *Gestión empresarial e innovación* (Vol. 1). UCA Profesional. Obtenido de <http://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Revista-Profesional-Vol-1.pdf>
- Díaz, Y., Guerrero, M., & Peña, I. (2015). Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo. *Universia Business Review*, 47(1), 32-47. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43341001002.pdf>
- Diez, S. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras. *Revista Empresarial*, 10(2), 42-48. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_nSpiAHggncJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5603317.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Durán, E., & Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Revista Gestión de Educación*, 6, 83-102. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:c0vcBpJT89wJ:https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gestedu/article/download/25490/25774/+&cd=11&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Esparza, N. (2017). El Comercio Electrónico en el Ecuador. *Journal Of Science And Research: Revista Ciencia e Investigación*, 2(6). doi:<https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol2iss6.2017pp29-32>
- González, G., Becerril, M., & Fonseca, A. (2018). El engagement como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios. *IE Revista de Investigación Educativa de la Rediech*, 9(17), 103-118. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ierediech/v9n17/2448-8550-ierediech-9-17-103.pdf>

- Infante, A., Infante, J., Martínez, F., & García, M. (2016). Las competencias digitales en las grandes empresas del sector empresarial español. *TEC Empresarial*, 10(2), 41-49. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:K_NDoyX9_PUJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5604234.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Jaimes, L., Luzardo, M., & Rojas, M. (2018). Factores Determinantes de la Productividad Laboral en Pequeñas y Medianas Empresas de Confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *Información Tecnológica*, 29(5), 175-186. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00175.pdf>
- Jurado, P. (2018). El comercio electrónico en Ecuador. *Revista Observatorio de la economía latinoamericana*, 1(1), 1-9. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/comercio-electronico-ecuador.html>
- Lizano, A., Abril, M., & Ballesteros, L. (2019). Estrategia de contenido para motivar la compra de producto en la provincia de Tungurahua. *Revista 593 Digital Publisher*, 5(2), 108-124. Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/191/444
- Magro, C., Salvatella, J., Álvarez, M., Herrero, O., Paredes, A., & Vélez, G. (2014). *Cultura Digital y Transformación de las organizaciones*. Barcelona: Rs Roca Salvatella. Obtenido de https://rocasalvatella.com/app/uploads/2018/11/maqueta_competencias_espanol.pdf
- Marvel, M., Rodríguez, C., & Núñez, M. (2011). La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores. *Revista Intangible Capital*, 7(2), 549-584. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54921605013.pdf>
- Montero, J., Merino, F., Monte, E., Ávila, J., & Cedepa, J. (2019). Competencias digitales clave Delaware los profesionales sanitarios. *Revista Elsevier*, 1(7), 1-7. doi:<https://doi.org/10.1016/j.edumed.2019.02.010>
- Mora, L., Durán, M., & Zambrano, J. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Revista Ciencias económicas y empresariales*, 2(4), 511-520. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JWolxGZF29QJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5802891.pdf+&cd=7&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Mora, R. (2011). Estudios de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. *Revista Lan*, 1(71), 70-83. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a06.pdf>
- Muñoz, D., Sebastián, A., & Núñez, M. (2019). La cultura corporativa: Claves de la palanca para la verdadera transformación digital. *Dialnet*, 2(25), 439-463. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dHqM8-ySfDcJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6972158.pdf+&cd=8&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Punín, I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Revista Comunicar*, 10(42), 199-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15830197022.pdf>
- Revelo, R. (2017). Medición de la actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(11), 422-432. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/318745994_Medicion_de_la_actitud_emprendedora_en_los_estudiantes_de_la_Universidad_Central_del_Ecuador
- Ricaurte, P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina.

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 1(137), 15-28. Obtenido de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3664/3008>

Rodriguez, A. (2019). Cultura empresarial en estudiantes universitarios. *Researchgate*, 1(1), 1-8. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/330411226_ARTICULO_CIENTIFICO_CULTURA_EMPRESARIAL_ACTITUD_EMPRENDEDORA_EMPRENDIMIENTO_ESPIRITU_EMPRENDEDOR