



Las pymes y el camino hacia la transformación digital y el ecommerce

SMEs and the path towards digital transformation and ecommerce

As PME e o caminho para a transformação digital e o comércio eletrônico

Fernando Rodolfo Orellana-Intriago ^I
fernando.orellanai@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3266-9265>

Clemente Aladino Moreira-Basurto ^{II}
clemente.moreirab@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0039-7258>

Jorge Aníbal Quintanilla-Gavilanes ^{III}
anibal.quintanillag@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9981-4976>

María Fernanda Orellana-Intriago ^{IV}
maria.orellnai@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9993-0878>

Correspondencia: fernando.orellanai@ug.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 01 de febrero de 2024 * **Aceptado:** 29 de marzo de 2024 * **Publicado:** 22 de abril de 2024

- I. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- II. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- III. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- IV. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El acelerado avance de las tecnologías ha originado que las organizaciones tanto públicas como privadas se vean en la necesidad de asumir la transformación digital como una opción para mejorar sus procesos. La transformación digital es necesario para que las Pymes puedan adaptarse al mundo digital, haciendo uso de las diferentes herramientas tecnológicas, así como de conocimientos y otros procesos esenciales a fin de alcanzar ventajas que las pueda diferenciar de otras empresas, logrando ser más eficientes, competitivas y rentables. El objetivo de la presente investigación es describir los beneficios de la transformación digital y el e-commerce en las Pymes. La metodología utilizada fue de tipo documental-bibliográfico, ya que se consultaron diversos documentos como artículos de revistas, tesis, libros electrónicos, entre otros documentos a través de la plataforma Google Académico. Como resultado y conclusión se evidencio la gran importancia que tiene la adopción de la transformación digital como vía para acoplarse a las nuevas formas de comercializar y mantenerse conectados con el mundo exterior, contribuyendo a la disminución de costos, así como de mantener una comunicación en tiempo real con sus consumidores, por lo tanto, es muy importante que las Pymes puedan asumir el reto de la transformación digital.

Palabras Clave: Pymes; Transformación; Digital; e-commerce.

Abstract

The accelerated advancement of technologies has caused both public and private organizations to see the need to undertake digital transformation as an option to improve their processes. Digital transformation is necessary so that SMEs can adapt to the digital world, making use of different technological tools, as well as knowledge and other essential processes in order to achieve advantages that can differentiate them from other companies, becoming more efficient and competitive. and profitable. The objective of this research is to describe the benefits of digital transformation and e-commerce in SMEs. The methodology used was of a documentary-bibliographic type, since various documents such as magazine articles, theses, electronic books, among other documents, were consulted through the Google Scholar platform. As a result and conclusion, the great importance of adopting digital transformation as a way to adapt to new ways of marketing and staying connected with the outside world was evident, contributing to the reduction of costs, as well as maintaining timely communication. real with their consumers, therefore, it is very important that SMEs can take on the challenge of digital transformation.

Keywords: SMEs; Transformation; Digital; e-commerce.

Resumo

O avanço acelerado das tecnologias fez com que tanto as organizações públicas quanto as privadas vissem a necessidade de empreender a transformação digital como uma opção para melhorar seus processos. A transformação digital é necessária para que as PME se possam adaptar ao mundo digital, recorrendo a diferentes ferramentas tecnológicas, bem como ao conhecimento e outros processos essenciais para alcançarem vantagens que as possam diferenciar de outras empresas, tornando-se mais eficientes, competitivas e rentáveis. . O objetivo desta investigação é descrever os benefícios da transformação digital e do comércio eletrônico nas PME. A metodologia utilizada foi do tipo documental-bibliográfica, uma vez que diversos documentos como artigos de revistas, teses, livros eletrônicos, entre outros documentos, foram consultados através da plataforma Google Acadêmico. Como resultado e conclusão, ficou evidente a grande importância da adoção da transformação digital como forma de adaptação às novas formas de marketing e de se manter conectado com o mundo exterior, contribuindo para a redução de custos, bem como para manter uma comunicação oportuna e real com os seus consumidores, portanto, é muito importante que as PME possam enfrentar o desafio da transformação digital.

Palavras-chave: PME; Transformação; Digital; comércio eletrônico.

Introducción

El avance vertiginoso de la tecnología ha provocado que el mundo cambie en todos los aspectos, desde la manera en que se dan las comunicaciones, así como también la forma en que operan las empresas tanto públicas como privadas, trayendo consigo un sin fin de beneficios que, si se saben aprovechar, pueden hacer que estas organizaciones sean más competitivas y aseguren su permanencia dentro de los mercados donde se desenvuelven.

En este sentido, la transformación digital ha originado que se produzcan nuevas dinámicas y cambios dentro de las organizaciones, modificando considerablemente sus funciones, generando así la automatización de procesos, cambios en el modo de conectarse con los clientes, creación de entornos más colaborativos, pero también ha dado paso a nuevos competidores y modelos para generar valor (Garay y Reier, 2022).

Además, Morales y Velásquez (2023), mencionan que la CEPAL afirmó que las tecnologías digitales impactan en la productividad condicionado por la estructura productiva y las características de la estructura de las organizaciones, por ello la transformación digital crea grandes cambios dentro de la organización de la empresa y de las dinámicas del mercado. En la figura 1, se muestra a la empresa como el centro responsable de creación de valor y productividad acompañado de los elementos claves que se relacionan con esta.

Figura 1: Impacto de la digitalización sobre las empresas y su entorno



Fuente: Morales y Velásquez (2023)

Es por ello, que acoger las tecnologías digitales para cualquier organización genera asumir cambios estructurales dentro de las organizaciones y de esta forma lograr ser más competitivos, dado a que el mundo se ha digitalizado, cambiando la forma de hacer negocios e interactuar con los clientes. Las Pymes según Saavedra et al. (2023), son las pequeñas y medianas empresas, con operaciones limitadas en un determinado lugar y con inversión de capital pequeña. Generalmente son empresas constituidas por familias y además se caracterizan por tener virtudes como como flexibilidad y ser innovadoras y creativas, también proveen a grandes empresas.

El sector de Pymes y microempresas representa el 99.5% en América latina, generando la mitad de puestos de trabajo y contribuyendo a una cuarta parte del PIB, considerándolo un sector de gran relevancia para el desarrollo productivo de las naciones, generando empleos, ingresos a la población, generan innovación y sus estructuras son capaces de adaptarse a los distintos cambios que sufren las economías (Alvarado y Campodónico, 2023).

Según lo señala Casanova et al. (2023), en Ecuador según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el 90.78% del sector de producción de bienes y servicios lo conforman el sector de microempresas, además según lo establecido en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones las Pymes se definen como aquellas personas naturales o jurídicas que conformada como una unidad productiva, efectúan actividades productivas, comercio y servicios, clasificando el sector tal y como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1: Clasificación y características de las Pymes en Ecuador

Clasificación	Número de Empleados	Ventas anuales o ingresos brutos anuales
Microempresa	1-9	Iguales o menores a \$100.000
Pequeña empresa	10-49	Entre 100.001 a 1.000.000
Mediana empresa	50-199	Entre \$1.000.000 y 5.000.000

Fuente: Casanova et al. (2023)

Con respecto a la digitalización de las Pymes, Del do et al. (2023), aseguran que las Pymes, si bien han logrado avanzar en la digitalización, lo han hecho a un ritmo inferior comparado a la de las grandes empresas, por lo cual no aprovechan las ventajas que las tecnologías digitales pueden ofrecer. Asimismo, exponen que a pesar de que el tema de transformación digital es muy comentado e investigado, se carece de modelos o guías prácticas que vayan dirigidos expresamente al sector de las Pymes, donde sus directivos carecen de conocimientos y experiencias necesarias para desarrollar e implementar estrategias digitales, impidiendo así la implementación de la transformación digital.

Además, Del do et al. (2023), acotan que en América Latina y el Caribe hay una brecha en cuanto a afrontar la digitalidad en las empresas en comparación con los países desarrollados, donde es evidente que hay niveles muy bajos en cuanto al uso de las tecnologías digitales en las pequeñas empresas, a consecuencia de varias limitaciones o problemas que impiden adoptar las tecnologías, siendo los más destacados:

- **Dificultades de información:** Se desconocen las tecnologías digitales y en el caso de que las conozcan no tiene toda la información respecto a las tecnologías y la disponibilidad existente de proveedores del servicio.

- **Limitaciones de conectividad:** A pesar de que en América Latina se ha logrado aumentar la accesibilidad al internet, aún persisten brechas respecto a calidad de conexiones y accesos a dispositivos.
- **Carencia en talento humano con capacidad digital:** La inexistencia de personal capacitado en tecnologías digitales dificulta la capacidad de las empresas para poder desarrollarlas.
- **Restricciones al financiamiento:** No contar con financiamiento para invertir en proyectos de transformación o innovación digital con altos riesgos e incertidumbre.
- **Incipiente desarrollo del sector de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y servicios de apoyo vinculados:** Cada uno de estos servicios son esenciales para lograr la transformación digital en las economías, por cuanto las fallas entre el sector tecnológico y las aplicaciones sectoriales de tecnologías nuevas.
- **Falta de regulación en el manejo, privación y seguridad de los datos o desafíos de interoperabilidad:** Estos motivos afectan la velocidad hacia el camino digital, donde el marco que lo regula es obsoleto, por lo tanto, la falta de actualización impide la incorporación de nuevas posibilidades digitales entorpeciendo el proceso para desarrollar, probar y adoptar las nuevas aplicaciones tecnológicas.

Dada la importancia que representa la transformación digital para el sector de las empresas, esta investigación tiene como objetivo describir los beneficios de la transformación digital y el e-commerce en las Pymes. La relevancia del tema radica en que debido al gran auge que ha venido ocasionando la tecnología a nivel mundial, es casi obligatorio que se adopten herramientas tecnológicas para acoplarse a las nuevas formas de hacer negocios, vender y comprar, comercializar productos y servicios, haciendo hincapié en el sector de las Pymes, que suele algunas veces quedarse rezagado en cuanto a la adopción de tecnologías digitales en sus empresas.

Método

La presente investigación es de tipo documental-bibliográfica. La investigación documental según Reyes y Carmona (2020), es aquella que permite la recolección y selección de información a través de la lectura de diversos documentos como revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos,

etc. Este tipo de investigación permite la obtención de datos para desarrollar el tema propuesto “Las Pymes y el camino hacia la transformación digital y el e-commerce”. Para el desarrollo de esta investigación, se realizó una búsqueda de información a través de buscadores como Google Académico, donde se consultaron documentos como: artículos científicos, tesis de grado, congresos, libros digitales, entre otros, lo cual, permitió la recopilación y selección de la información más relevante y fidedigna sobre el tema en estudio.

Resultados y discusión

En el apartado anterior, quedó claro que las Pymes juegan un papel de gran relevancia dentro de las económicas de los países, es por ello, que se hace necesario que este sector pueda acoger la transformación digital, como una herramienta que les permita su expansión, crecimiento y permanencia dentro del mercado, pero también puedan agilizar y minimizar sus procesos.

Sin duda alguna, la cuarta revolución industrial, ha llegado para ofrecer se alcance una mayor digitalización en cada uno de los sectores. Según lo señala Segura (2022), la cuarta revolución industrial es aquella que permite las conexiones entre el mundo físico y digital en la producción, en otras palabras, las tecnologías de información y comunicación (TIC), donde máquinas y seres humanos se conectan e interactúan en tiempo real, originando una producción más flexible, eficaz y personalizada.

Por otro lado, Bermúdez (2022), expone que la revolución industrial es sinónimo de transformación digital, y que ha impulsado a que las empresas hayan implementado la transformación digital, dado a los impactos positivos que genera. Esta transformación menciona diez ejes tecnológicos que han sido desarrollados en la industria 4.0 o transformación digital, para beneficiar a consumidores y clientes, y además fortaleciendo los procesos de misión, estrategias y apoyo en lo interior de las empresas. Estos ejes son:

1. **Big Data and Analytics:** Este eje permite que las organizaciones y a entes gubernamentales poder entender a sus usuarios, detectando oportunidades que no podrían ser detectas anteriormente y brindar un mejor servicio que lleva a la mitigación de los fraudes. Este tipo de tecnología es usada para la potencialización de las organizaciones de distintos sectores como: el retail, seguros, tecnología, servicios públicos, transporte, banca, industrial, ente otros (Bermúdez, 2022).

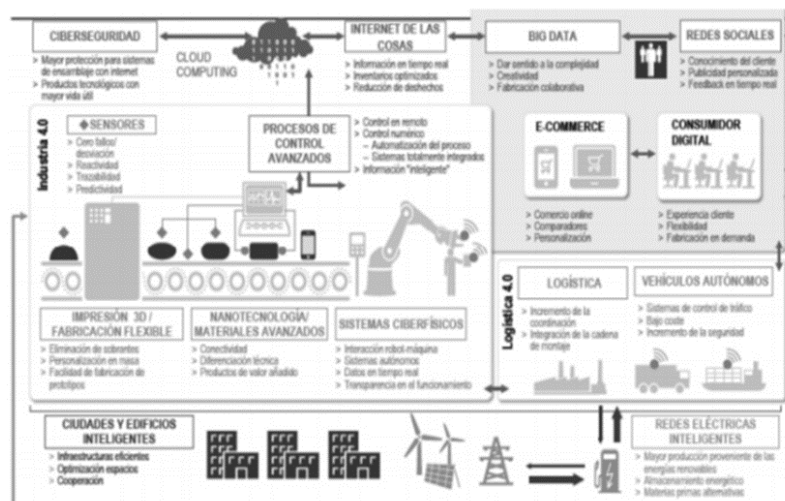
2. **Cloud Computing:** Ayuda a las organizaciones y usuarios a acceder a un sistema directamente desde distintos lugares, reduciendo los tiempos y los costos de proceso, aumentando así la eficacia (Bermúdez, 2022).
3. **Internet de las cosas (IoT):** Es posible el monitoreo, control y automatización.
4. **Ciberseguridad:** Activa protocolos y sistemas de seguridad con el propósito de impedir robos y modificaciones en la información, siendo los sectores más afectados por los ciberataques el sector bancario, el gubernamental y el de telecomunicaciones (Bermúdez, 2022).
5. **Simulación:** A través de este se pueden generar modelos, diseños y optimización de procesos industriales, logística, análisis de inversiones y planificación de la producción, análisis de costos, planificación y seguimiento de un proceso, detección cuellos de botella, capacitar al personal, etc. (Bermúdez, 2022).
6. **Unificación de sistemas horizontales y verticales:** Tiene como propósito lograr una mayor cercanía con los consumidores, agrupando economías y minimizando los costos de transacción frente al mercado, garantizando la calidad de los productos durante toda la cadena (Bermúdez, 2022).
7. **Fabrica aditiva o impresión 3D:** Permite la fabricación de prototipos o piezas finales como, por ejemplo: moldes, prótesis médicas, moda, comida, joyas, prototipos, piezas mecánicas, entre otras, en menos tiempo, adaptando el prototipo a los requerimientos del cliente y dar un costo de producción mínimo. Los sectores que pueden aprovecharse de este eje son la aeronáutica, el transporte y movilidad, los productos de consumo y electrónica, la industria y maquinaria, la educación e innovación (Bermúdez, 2022).
8. **Realidad aumentada:** Generalmente usada en las áreas de publicidad, producción y medicina, generando minimizar costos y con un impacto positivo en el consumidor a través de la creación de una marca única (Bermúdez, 2022).
9. **Inteligencia Artificial:** Utilizada en las áreas de publicidad, producción y medicina, se minimizan costos y trae un impacto positivo a los consumidores creando una marca única (Bermúdez, 2022).
10. **Robots autónomos:** Favorecen la automatización, la biometría, el pronóstico de información y el procesamiento de textos (Bermúdez, 2022).

Ahora bien, la transformación digital según Baier et al. (2021), es un proceso constante de adopción multimodal de las tecnologías digitales que hacen posible el cambio fundamental de la manera en que se plasman las ideas, se planifica, se diseña, se realizan y aplican los servicios gubernamentales y/o el sector privado, de modo que se personalicen, sin necesidad de papel, efectivo, sin la presencia, sin fricciones y con consentimiento.

Por otro lado, Barrios et al. (2021), definen la transformación digital como aquel proceso para el cambio que debe ejecutar una organización para lograr adaptarse al mundo digital, combinando las herramientas tecnológicas junto con los conocimientos y procesos tradicionales fundamentales, con el propósito de conseguir ventajas que las distinga en el mercado, por su eficiencia, competitividad y rentabilidad.

Asimismo, Suárez (2022), asegura que la transformación digital es un desafío para lograr la capacidad competitiva a largo y mediano plazo, donde los sectores que se han beneficiado de los potenciales de la economía digital son el comercio online y las redes sociales, los cuales se enlazan al consumidor final B2C business-to-consumer, como lo son el retail, telecomunicaciones, turismo y servicios financieros, además en los sectores industria, energía, salud o infraestructura, la innovación por medio de la transformación digital es a causa del internet, la sonorización y los sistemas inteligentes. En la figura 2 se muestra el ecosistema de digitalización.

Figura 2: Ecosistema de la digitalización



Fuente: Suárez (2022)

Por su parte, Calle (2022), menciona los pilares esenciales para lograr la transformación digital, los cuales permitirán que se garantice desarrollar las actividades para alcanzar los resultados deseados, estos pilares son:

Cultura, enfoque de innovación y mindset digital para colaboradores: Se enfoca en las conocimientos, pensamientos y cualidades del personal de una organización. Estas personas requieren internalizar la innovación, las áreas colaborativas, toma de riesgos, adaptación a los cambios y aprender constantemente, haciéndolo parte de su día. Algunas de las estrategias que se pueden utilizar son:

- Capacitación y fomento de las capacidades digitales tanto en los mandos altos como en los medios.
- Cambio del mindset de los colaboradores a agile y design thinking
- Evaluación del desempeño y reconocimiento del mérito de cada colaborador en cuanto al tema de innovación, aprendizaje continuo y descubrimientos constantes.

Organización, procesos y estructura para el soporte de liderazgo, gobernanza y ejecución de la transformación: El propósito de este pilar es el trabajo mancomunado entre la administración de equipos y el cambio de liderazgo, a fin de promover efectivamente los cambios estructurales y los procesos necesarios para la transformación digital. Por ello, los gerentes deberán reevaluar tanto las habilidades como las competencias que se requieren para cada puesto de trabajo, así como la comprensión de flujos de procesos y plantear la creación de áreas para redefinir el espacio físico con que se cuenta. Algunas de las estrategias que se deben plantear son:

- Cambios en la estructura organizacional orientada hacia el cliente y agile.
- Creación de un área o comité de innovación
- Redefinición de roles, funciones y KPI a los líderes de la organización.
- Redefinición de espacios físicos conforme a modelos de trabajo flexibles.

Tecnología, usos y adopción de tecnología digital emergente: Las organizaciones que se planteen comenzar con la transformación digital debe conocer y confiar en las nuevas tecnologías: plataformas, herramientas y dispositivos, a fin de mejorar la comunicación, la fabricación, gestionar la información y procesos, la colaboración y el valor que tiene el cliente. Dentro de las estrategias que se pueden emplear están:

- Acudir al enfoque de data lake para la generación de escalabilidad y análisis por medio de big data.

- Implementar herramientas de visualización que engloben las finanzas, el marketing y ERP
- Incorporación de herramientas tecnológicas para facilitar el trabajo colaborativo y flexible.

Insight; decisiones estratégicas fundamentadas en el conocimiento del consumidor y de la organización:

A fin de dar respuestas a los cambios, es esencial que tanto los gerentes como los empleados puedan comprender como ha ido cambiando las necesidades y las características de los consumidores, de los mercados y de la misma organización, a fin de tomar decisiones acertadas.

Las estrategias de este pilar son:

- Implementación de un enfoque data driven dentro de la organización.
- Llevar modelo de análisis de datos a cualquier dominio, usando herramientas de visualización de resultados y narración de historias.
- Adopción de la utilización del customer journey mapping, para priorizar las acciones estratégicas.
- Adopción de un enfoque omnicanal e integración continua de estrategias en línea y fuera de línea.

Gracias a la transformación digital y a la industria 4.0, uno de las áreas que se ha beneficiado enormemente es la de comprar y vender los productos y ofrecer servicios, utilizando herramientas digitales para facilitar la interacción con los clientes y consumidores.

El comercio electrónico o e-commerce según lo menciona Sampedro et al. (2021), es una forma para comprar y vender productos y/o servicios, por medio de redes informáticas y principalmente del internet.

Dini et al. (2021), aseguran que en las últimas décadas el comercio electrónico ha aumentado dado a que se han adoptado las tecnologías digitales, tanto por las empresas como de las personas. Sus beneficios son demasiados, ya que provee a los consumidores de nuevas vías para el acceso a ofertas mayores y a bajos precios de productos y servicios, también mejora la experiencia de los consumidores en distintos aspectos. En las organizaciones hace posible crear nuevos canales para la promoción y distribución de sus productos minimizando costos en las transacciones y aumentando su mercado, más, sin embargo, aún persisten algunos segmentos del comercio minorista, donde el comercio electrónico constituye una porción limitada del comercio en general.

Para Montañó (2021), el e-commerce constituye un mercado potencial y lograr clientes nuevos para las pymes, por ello es necesario que cuenten con una estructura digital que esté preparada para

ofrecer una completa y positiva experiencia en la venta de bienes y/o servicios por medio del internet, ya que todos los días crece el número de consumidores que adoptan las compras en líneas, además de incrementar la demanda gracias a la manera simple e innovadora para efectuar las transacciones.

Lomas et al. (2023), aseguran que el comercio electrónico es considerada el mejor ejemplo de aplicación de tecnologías de la información y comunicación (TIC) con propósitos económicos y que su avance a nivel mundial se ha dado por los avances tecnológicos, por el crecimiento de base de cliente, mayor acceso a la conectividad, utilización de canales digitales bancarios, incremento de la oferta de productos a través de canales virtuales y los cambios en los hábitos de consumo de las personas.

Con el propósito de que las pymes puedan enfrentar la transformación digital, es necesario que estas asuman retos para adoptar la transformación digital. En este sentido, González (2021), señala algunos retos como lo son:

- Transformar el modelo de negocio: las nuevas tecnologías permiten cambiar aceleradamente las relaciones con los clientes, ya que estos usan dispositivos móviles para adquirir sus productos o servicios, explorar las características de estos y se mantienen continuamente en línea, permitiendo así la interacción entre estos y las organizaciones durante todo el tiempo. También, las compañías líderes pueden centrarse en dos actividades más, por un lado, la remodelación de su propuesta de valor orientada a sus consumidores y la transformación de sus operaciones utilizando las nuevas tecnologías digitales, a fin de aumentar las interacciones con sus clientes (González, 2021).
- Compromisos con el cliente.
- Asumir riesgos se convierte en una norma cultural.
- Retos tecnológicos, a través de la irrupción de nuevas tecnologías: SMACit, etc.
- Retos estratégicos: Desarrollar estrategias digitales para el negocio que den respuesta a los constantes cambios del mercado.
- Cambios constantes o rápidos sobre las condiciones del mercado.
- Nuevo liderazgo en la empresa.
- Empleados adaptados a la era digital.
- Cambiar la estructura de la empresa.

- Plataformas de servicios generales, que permitirán el desarrollo del compromiso con el cliente, proveedores y socios comerciales.

Por consiguiente, es necesario que las pymes asuman estos retos, pues esto les permitirá que puedan ajustarse a los cambios producidos por la revolución industrial que han dado cabida a la transformación digital, que a su vez ha cambiado las formas de hacer negocio, por lo que es necesario entonces que exista una transformación de las empresas a fin de que puedan aprovechar las bondades de las tecnologías para hacer crecer su negocio y aumentar sus ventas a través de la implementación del e-commerce como una alternativa de minimizar costos y facilitarle a los consumidores la manera de adquirir los productos que requieren.

En este sentido, Muñoz et al. (2020), menciona que la transformación digital en las pymes es un reto que estas deben asumir con el objetivo de mejorar sus procesos, no solo se trata de acoger las redes sociales, tener una página web y digitalizar documentos también es necesario reorganizar el modelo de trabajo, replantearse la misión y visión, orientadas hacia la tendencia tecnológica digital.

Conclusiones

La transformación tecnológica en el sector Pymes es un proceso que ayudara a mejora la gestión interna de este tipo de organizaciones, favoreciendo la interacción con sus clientes y proveedores, así como mejorar la eficiencia, la productividad y la competitividad, pero también para crear nuevas oportunidades de negocios.

Dentro de los beneficios que otorga la transformación digital en las Pymes estan:

- Mejora su eficiencia y productividad, ya que al automatizar tareas y digitalizando procesos es posible ahorrar tiempo y dinero, como también mejorar la calidad del trabajo.
- Ser más competitivas: una vez adoptadas las nuevas tecnologías será posible ofrecer productos y servicios innovadores y personalizados, compitiendo de una manera más efectiva en el mercado.
- Acceder a nuevos mercados: A través de la tecnología es posible llegar a un mercado más amplio: nacional e internacional.

- Favorece la relación con los clientes: ya que hace que las empresas puedan interactuar de manera más personalizada y eficiente con sus clientes, cubriendo sus demandas y satisfacción, y de esta forma fidelizarlos con la organización.
- Ayuda a la capacidad para analizar: Estas herramientas digitales permiten la recopilación y análisis de datos eficazmente, lo cual le permite tomar mejores decisiones estratégicas.
- Automatización de los procesos: Logrando convertir procesos complicados en más sencillos, evitando gastos innecesarios.
- Facilita el comercio electrónico: Por medio de estas herramientas es posible implementar el e-commerce dentro de la organización, cambiando la manera de comercializar sus productos o servicios, a través de un servicio totalmente digital, donde los clientes no tienen que dirigirse a un espacio físico a comprar, sino que lo hacen desde el lugar donde se encuentren, además este proceso minimiza costos en las organizaciones.

Sin embargo, a pesar de los beneficios que trae la transformación digital a las pymes, es importante que estas entiendan que este será un proceso continuo, dado a las necesidades cambiantes del mercado y a la creación de nuevas herramientas digitales.

En este sentido, es importante resaltar que es muy importante que las pymes puedan adoptar la transformación digital iniciando desde los cambios de su estructura interna, así como contar con personal capacitado digitalmente para que el proceso sea exitoso y puedan posicionarse al éxito.

Referencias

1. Alvarado, K., & Campodónico, G. (marzo-abril de 2023). Análisis de las Fintech y su contribución al desarrollo de las PYMES en Guayaquil - Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202023000200475&script=sci_arttext
2. Baier, H., Walsh, D., & Mulder, N. (2021). La transformación digital de las pymes exportadoras desde una perspectiva teórica y práctica. Documentos de proyectos CEPAL. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/e6988ea8-9890-41c4-b09c-ff72a9183371/content>

3. Barrios, I. Á., Niebles, L. D., & Niebles, W. A. (enero-junio de 2021). Análisis de la transformación digital de las empresas en Colombia: Dinámicas globales y desafíos actuales. *Revista AGLALA*, 12(1), 129-141. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8458751.pdf>
4. Bermúdez, C. A. (enero-junio de 2022). Factores que influyen en el éxito de la implementación digital de la transformación digital. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 9(17), 69-75. doi:<http://dx.doi.org/10.21017/rimci.2022.v9.n17.a112>
5. Calle, C. A. (enero de 2022). La transformación digital y su importancia en las pymes. *Iberoamerican Business Journal*, 5(2), 64-81. doi:<http://dx.doi.org/10.22451/5817.ibj2022.vol5.2.11059>
6. Casanova, C. I., Macias, J. M., Proaño, E. A., & Ruíz, S. E. (marzo de 2023). La contabilidad de costos y su incidencia en la rentabilidad de las PYMES. *Journal Economic and Social Science Research*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n1/59>
7. Del do, A. M., Villagra, A., & Pandolfi, D. (2023). Desafíos de la transformación digital en las PYMES. *Informes Científicos Técnicos-UNPA*, 15(1), 200-229. doi:<https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v15.n1.941>
8. Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes. Elementos para el diseño de políticas. CEPAL. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cda41fa9-3b00-41e7-9457-20cbe18510fa/content>
9. Garay, L. M., & Reier, R. (2022). Transformación digital del ecosistema de Pymes y su impacto tecnológico en las personas. En A. Sánchez, & M. Bermúdez, *Filosofía, tecno política y otras ciencias sociales nuevas formas de revisión y análisis del humanismo* (págs. 204-225). Madrid, España. Obtenido de <https://www.torrossa.com/en/catalog/preview/5436055>
10. González, J. M. (2021). Retos para la transformación digital de las Pymes: Competencia organizacional para la transformación digital. Tesis doctoral, Universidad de Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/47767/Tesis1874-210729.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

11. Lomas, J. J., Prado, E., Quezada, J., Garzón, V. J., & Carvajal, H. (enero-febrero de 2023). Agro negocio de insumos agrícolas: Relación entre el comercio electrónico y la transformación digital. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 7(1), 5655. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4876
12. Montaña, J. A. (2021). Transformación digital e innovación de las Pymes en Colombia y el E-commerce como alternativa al comercio tradicional. Trabajo opción de grado, Universidad Militar Nueva Granada, Cajicá. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38008/Monta%3%b1oNu%3%blezJennyAlexandra2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
13. Morales, M. I., & Velázquez, L. (agosto de 2023). La transformación digital como herramienta para la innovación en una PyME de seguridad tecnológica. *Revista Latinoamérica de Ciencias Sociales y Humanidades*, IV(2), 5195. doi: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.976>
14. Muñoz, M. J., Vaca, M. C., Mina, E. B., & Torres, M. S. (enero-marzo de 2020). Claves para la transformación digital de las pymes. *Revista Visionario Digital*, 4(1), 67-80. doi: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i1.1101>
15. Reyes, L., & Carmona, F. A. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. Universidad Simón Bolívar. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%3%b3n%20documental%20para%20la%20comprensi%3%b3n%20ontol%3%b3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
16. Saavedra, J. A., Tenecela, D. A., & Araujo, G. I. (2023). Análisis de la importancia de las pymes del Ecuador. *Revista Visionario Digital*, 7(4), 196-211. doi:<https://doi.org/10.33262/visionario digital.v7i4.2779>
17. Sampedro, C. R., Palma, D. P., Machuca, S. A., & Arrobo, E. V. (mayo-junio de 2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000300484&script=sci_arttext
18. Segura, S. (2022). Industria 4.0 en Centroamérica: estado actual y esfuerzos para su acercamiento a las PYMES ante los nuevos retos y oportunidades post COVID-19. *Revista*

de Fomento Social, 77(1), 23-39. Obtenido de <https://revistas.uoyola.es/rfs/article/view/5189/3595>.

19. Suárez, M. A. (2022). Impacto de la transformación digital en las Pymes del sector calzado en Cúcuta - Norte de Santander. Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia, Bucaramanga. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/72199892-667d-4cc5-9785-01e7d86a4f82/content>.

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).