

Factores claves en la Digitalización de las MIPYMES

Key factors in the Digitization of MIPYMES

Alba Vélez¹ y Anthony Mendoza²

Fecha de recepción: 16/12/2021, Fecha de aceptación: 28/12/2021

Resumen

El objetivo de este artículo es identificar los factores claves para la digitalización de las MIPYMES en el Ecuador. Se inicia con una revisión de literatura acerca de la evolución y concepto de la digitalización, se caracteriza a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y, a través de investigaciones previas, se determinan aquellos elementos que son considerados indispensables para que una MIPYMES pueda digitalizarse.

Se concluye que en Ecuador, el proceso de la transformación digital resulta complicado; al compararlo con países latinoamericanos, presenta limitaciones futuras al no contar con un ecosistema adecuado para el desarrollo de empresas digitales, debido a la ausencia de datos para el análisis del desarrollo óptimo en un entorno disruptivo.

Es por ello que, se considera fundamental el apoyo de las autoridades y entes de control, para que establezcan políticas públicas que permitan el desarrollo de esta herramienta, tomando en cuenta los factores internos y externos influyentes.

Palabras clave: digitalización, MIPYMES, factores claves, conectividad, políticas públicas

Abstract

The objective of this article is to identify the key factors for the digitalization of MIPYMES in Ecuador. It begins with a literature review on the evolution and concept of digitization, characterizes Micro, Small and Medium Enterprises and, through previous research, determines those elements that are considered essential for MSMEs to digitize.

It is concluded that in Ecuador, the process of digital transformation is complicated; when compared with Latin American countries, it presents future limitations by not having an adequate ecosystem for the development of digital enterprises, due to the absence of data for optimal development analysis in a changing environment.

Therefore, it is considered essential the support of the authorities and control entities, to establish public policies that allow the development of this tool, considering the internal and external influential factors.

Key words: digitalization, MIPYMES, key factors, connectivity, public policies

¹ Estudiante de Administración de Empresas. Facultad de Emprendimiento, Negocios y Economía, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador. amvelez@uees.edu.ec

² Estudiante de Economía. Facultad de Emprendimiento, Negocios y Economía, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador. anthonymendoza@uees.edu.ec

I. Introducción

Durante los últimos 15 años, de acuerdo a Agudelo y otros (2020), el estado de la digitalización dentro de América Latina y el Caribe, ha sido posicionada dentro de un nivel intermedio respecto a otras regiones a nivel mundial. Sin embargo, en comparación con otras zonas como Europa Occidental, América del Norte y los Estados Árabes, muestra cierto retraso debido a una tasa de crecimiento anual del índice inferior a la de otras regiones.

Dentro del ámbito empresarial, toda organización desde hace años atrás ha requerido mantener sus actividades y documentos registrados de ciertas formas; no solo físicamente sino también de manera digital. Con el transcurso del tiempo, muchas empresas se han ido adaptando de acuerdo al entorno y, por tal motivo, para evitar la pérdida innecesaria de tiempo y trabajo, han ido adquiriendo recursos tecnológicos como la digitalización que permite una búsqueda más rápida y eficiente (Morillo, 2015).

Para sobrevivir en el entorno actual debido al impacto de la pandemia COVID-19, muchas empresas tuvieron que utilizar una variedad de herramientas digitales para evitar el fracaso. Siendo estas herramientas: implementar el teletrabajo, comprar y vender en línea (e-commerce), así como administrar el proceso de producción de forma remota (BID, 2020).

Es por esto que, constituye una postura importante, en particular para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES), que se encuentran de acuerdo a un informe digital del Banco Interamericano de desarrollo (BID) (2020) en desafíos constantes puesto que la digitalización representa una limitante de usos de capital en países en vías de desarrollo como Ecuador.

En la digitalización lo que antes pareciera un valor agregado para aumentar las ganancias y productividad, ahora se ha vuelto un requisito indispensable. Aterrizando a las MIPYMES que empiezan a sentar sus negocios en este marco digital, de acuerdo con un reporte del BID (2020), se deben de dotar con mas razón aún en este entorno.

Para muchas Micro, Pequeñas y Medianas empresas el proceso de transformación digital resulta complicado puesto que conlleva muchas responsabilidades y riesgos, que se convierten en desafíos para éstas. Entre los obstáculos que más se presencian al afrontar esta “transformación”, de acuerdo a Toledo (2018), son el miedo al cambio, ya que les cuesta adaptarse a situaciones cambiantes y, de igual manera, la falta de competencias internas. Sin embargo, al presenciar una carencia en digitalización podría traer muchas consecuencias.

Al no contar con un proceso de digitalización, disminuiría la agilidad y la capacidad al momento de la identificación de problemas y búsqueda de soluciones eficazmente. Cuando una organización no se encuentra digitalizada, presenta más factores imprescindibles al no salir de su zona de confort; es posible que la toma de decisiones sea menos efectiva, no cumplan con las expectativas de los clientes y, especialmente, perderían la oportunidad de acoger nuevas formas de organización, incumpliendo las expectativas de los clientes (Grupo Cibernos, 2018).

Por otro lado, en un artículo de prensa realizado por el diario El Universo (2020), dentro de la clasificación de los países latinoamericanos, desafortunadamente, Ecuador ocupa una posición relativamente baja respecto al acceso y calidad en la digitalización de los hogares, ocupando el puesto 10 entre 12 países. Tomando en cuenta el factor de la cobertura, Ecuador se ubica en 59,9, mientras el promedio de la OCDE es de 72,8. Por esta razón, se ha demostrado que su calificación es relativamente baja.

Como resultado, es de carácter fundamental tomar en consideración este tópico y transmitir su importancia con la finalidad de que poco a poco se vayan implementando más estrategias y acciones que involucren la digitalización dentro del país. En adición, conforme van desarrollándose las MIPYMES, una

vía para incrementar sus ingresos y poder sostenerse en el mercado, es la digitalización de sus procesos; de esta forma, evolucionaría su almacenamiento de información, digitalizando sus documentos.

Uno de los planes que actualmente se encuentra disponible para las MIPYMES es producto de la asociación de la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI) de la OEA, en conjunto con la empresa Kolau (socio estratégico de Google), permitirá a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas la oportunidad de crear un sitio web dinámico en el que puedan posicionarse en Google Maps de forma inteligente (Organización de los Estados Americanos, 2020).

Por lo antes expuesto, el objetivo de este estudio es identificar qué factores son claves para la digitalización de las MIPYMES en el Ecuador. Inicia con una revisión de literatura acerca de la evolución y conceptos de la digitalización y se caracteriza a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, a través de investigaciones previas, con elementos considerados indispensables para su implementación y, finalmente se estudia sus efectos.

II. Revisión de Literatura

Evolución y Conceptos de la Digitalización

En las últimas décadas, según lo indica Rachinger, et al., (2019), dentro del ámbito empresarial global, no sólo se han presenciado cambios tecnológicos que han favorecido a una mayor flexibilidad, reactividad e individualización de los productos, sino que también han presentado distintos retos, como el rápido cambio tecnológico, el aumento de la complejidad en ciertas actividades, los cambios en las preferencias de los clientes y los requisitos legales.

En conjunto, estos acontecimientos han dado lugar a enfrentar situaciones desafiantes en el contexto corporativo. En la actualidad, se distinguen múltiples oportunidades tecnológicas, especialmente percibidas como oportunidades, pero no se sabe cómo utilizarlas y aplicarlas simultáneamente en términos de la oferta de productos y servicios debido a la cambiante situación del entorno (Lerch & Gotsch, 2015). Esta situación se ha vuelto cada vez más interesante debido a la influencia de digitalización en el modelo de negocio y el aprovechamiento de las oportunidades tecnológicas.

La digitalización como tal no tiene un significado establecido y su definición varía entre autores según Delgado (2016). Desde el punto de vista de la propiedad intelectual, la digitalización permite la conversión de las obras analógicas a formato digital, o la creación directamente en ese formato, con lo que veremos que conlleva. Este fenómeno provoca que exista una ruptura entre la obra y el soporte material de la misma; en otras palabras, el corpus mechanicum se convierte en intangible. Esa ruptura provoca que las obras sean más fáciles de copiar y de difundirse (con la ayuda de Internet, la convergencia tecnológica y el avance de la informática de consumo).

Actualmente, es posible evidenciar que la crisis sanitaria ha acelerado el proceso de digitalización alrededor del mundo. Se ha presenciado un gran caso de avances imprevistos, pensados en tardar muchos más años de lo esperado en materializarse; tomando lugar en apenas unos meses. Las tecnologías han ido avanzando y conforme a ello, se han convertido cada vez más esenciales para el funcionamiento de la economía y la sociedad durante la emergencia que hoy en día se presencia, COVID-19 (Sotomayor, Ramírez, & Martínez, 2021).

Marcela Chávez (2020), representante de gobierno afirma en un informe de sitio web llamado Pyme Digital que dentro de América del Sur el Ecuador se ubica en la cuarta posición en la cantidad de usuarios conectados a internet. Para finales del 2019 las transacciones de comercio electrónico se

incrementaron en un 42%, y la contribución de ventas del comercio electrónico al PIB es del 1.53%, con un incremento del 25 % respecto a 2018.

De acuerdo a un informe realizado por la CEPAL (2021), el impacto del COVID-19 por región indica que, entre el primer y el segundo trimestre ha impactado enormemente en los ámbitos de la atención sanitaria, educación, trabajo, logística y comercio. De igual manera, registró un aumento de 32% en cuánto al uso de soluciones de teletrabajo durante el año 2020.

Por otro lado, según los estudios realizados por McKinsey & Company y McKinsey Global Institute (2019), todas aquellas Micro, Pequeñas, Medianas empresas que requieran ganar competitividad en el mercado, deberán implementar procesos de transformación hacia lo digital. En este mismo estudio se demuestra que si la empresa no implementa estas herramientas, el flujo de sus ingresos podría reducirse hasta la mitad y su utilidad antes del ejercicio en un tercio.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Ecuador

Las MIPYMES son un modo para clasificar a las empresas de acuerdo a su tamaño y otras características como Micro, Pequeñas, Medianas empresas; de esta manera, establece una diferenciación sobre otros aspectos también como su proceso de producción o la naturaleza mercadológica de sus productos o servicios (Saavedra & Hernández, 2008).

Cada país clasifica a las MIPYMES, de acuerdo a varios criterios basados en pautas principalmente cuantitativas que, a pesar de tener ciertas características similares, también presentan diferencias significativas. En la generalidad de los mismos, las variables consideradas son el número de personal, la cifra de ventas y los niveles de inversión en activos (Mera, 2013).

En Ecuador las microempresas, se caracterizan y clasifican de acuerdo a dos parámetros que los establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en un artículo publicado por la consultora DSG (2019), que son: las ventas y el personal de trabajo. En el rango que entran las empresas de este estudio, como requisito debe tener ventas anuales menores a \$100.000 y personal entre 1 a 9.

Factores Claves en la Digitalización

Das, Kundu & Bhattacharya (2020), en su investigación titulada “Adaptación tecnológica y supervivencia de las PYME: un estudio longitudinal de los países en desarrollo”, dividen en dos a los factores significativos que afectan a la digitalización según su análisis factorial: externos e internos.

Factores Externos

Dentro de los factores externos señalados por Das, Kundu & Bhattacharya (2020) en su investigación se encuentran parámetros como: disponibilidad de sus últimas tecnologías, absorción de tecnología a nivel empresa, IED y transferencia de tecnología, individuos que utilizan internet, abonos a internet de banda ancha fija, y ancho de banda internacional de internet. En cambio, autores como Bai, Quayson & Sarkis (2021) incluyen la participación del gobierno por medio de políticas públicas, participación de ONGs, blockchain y herramientas de digitalización sinérgica, presión coercitiva, presión mimética, entre otras.

Tomando en cuenta las variables anteriormente mencionadas, se engloban las consideradas más relevantes en las siguientes categorías: políticas públicas, competitividad, y conectividad y red.

Políticas Públicas. La transformación digital de las microempresas y pequeñas

empresas requiere de un trabajo conjunto entre el gobierno y el sector privado (Räisänen & Tuovinen, 2020). Por parte del sector público se requiere una promoción del procesamiento digital. Esto, según

Bai, Quayson & Sarkis (2021) se obtiene por medio de un fortalecimiento de un sistema regulatorio y legal existente. Además, un fortalecimiento de la infraestructura de comunicación de datos.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (2017), la percepción de los expertos en cuanto a la contribución de las políticas públicas al emprendimiento ha ido declinando en los últimos años, el aspecto más crítico se refiere a regulación y trámites y, al efecto negativo de los cambios en materia de impuestos que crean incertidumbre.

Según el Reporte de Competitividad Global (2019), Ecuador se encuentra en el puesto 89 de 141 dentro de la categoría de porcentaje de población adulta con conexión a internet. Es decir, Ecuador se encuentra entre los países con menor cantidad de población adulta con conectividad a internet, repercutiendo directamente en la transformación digital, retrasando su expansión. En la misma línea, la falta de políticas públicas genera una afectación en el desarrollo de I+D+D (Investigación + Desarrollo + Innovación), el principal causante de que las economías nacionales puedan desarrollar un perfil óptimo de negocios digitales que generen valor agregado determinante.

Competitividad. La definición de competitividad ha ido evolucionando a lo largo de los años. Por ejemplo, la definición de Porter (1991) asevera que la competitividad es la utilización eficiente del capital humano y recursos naturales dentro de un territorio. No obstante, es parte de la “vieja” economía. Actualmente se cuenta con herramientas como la Big Data y otras relacionadas a la digitalización y conexión a la red (Knudsen, Lien, Timmermans, Belik, & Pandey, 2021). Esta revolución tecnológica, según (McGrath, 2013), ha socavado las barreras tradicionales de entrada.

Dicho de otra manera, las oportunidades tecnológicas, innovación e ingenio de las microempresas y pequeñas empresas generan una ventaja competitiva que sobrepasa los límites de las viejas industrias, aunque pueden llegar a ser fugaces. Asimismo, esta era digital ha creado una narrativa donde empresas llegan a tomar un gran porcentaje del mercado como es el caso de Amazon y Facebook, siendo servicios centrales dentro del mercado. Bajo esta premisa, una resistencia a la digitalización por parte de las MIPYMES podría llegar a ser fatal. En este mismo sentido, el aprovechamiento de la era pre digital es una ventana para capturar una parte de su mercado.

Conectividad y red. Como se mencionó anteriormente, al explicar la importancia de políticas públicas para la transformación digital, la infraestructura de telecomunicaciones y conectividad digital están entre los indicadores claves para lograrlo. En el contexto de la pandemia, esto se hizo notar por medio de la importancia del teletrabajo, distribución de bienes y la necesidad de mantener activas las cadenas de aprovisionamiento (CEPAL, 2020).

La conectividad y red es un factor crítico para soportar el accionar económico y social de hoy en día. Es una infraestructura robusta, innovadora y cambiante. El acceso a los servicios de telecomunicaciones y las tecnologías de la información es un derecho humano que permite habilitar el ejercicio de otros derechos fundamentales como la salud, la educación, la cultura, la seguridad, la libertad de expresión y la movilidad entre otros.

En este punto, es donde la política pública debe intervenir para garantizar el acceso a la infraestructura tecnológica, especialmente en tiempo de COVID (CEPAL, 2020). A nivel empresarial, la conectividad y red tienen una mayor apertura para envolver a los mercados adyacentes, permitiendo ventajas competitivas sostenibles. La facilidad de obtención y traspaso de información aumenta la agilidad de los empleados y su interacción con los clientes (Knudsen, Lien, Timmermans, Belik, & Pandey, 2021).

Factores Internos

El consumidor. Sin lugar a dudas el objetivo de las empresas y la pieza fundamental para analizar dentro de los factores claves. De acuerdo con el estudio de Wilson Pérez, estos consumidores que demandan productos más innovadores y se encuentran dispuestos a comprarlos se identifican como “early adopters” y son importantes en el desempeño de las empresas (2017). Puesto que con ellos, la empresa garantizará un retorno más rápido de las inversiones realizadas en el desarrollo de los nuevos productos que son lanzados al mercado.

En el Ecuador, según un estudio realizado por la Universidad de Especialidades Espíritu Santo en conjunto con la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico se indica que el consumidor ecuatoriano después de la pandemia incrementó 45% su preferencias de consumo usando plataformas digitales en empresas que ofrezcan estas nuevas experiencias de consumo (Observatorio de Comercio Electrónico de la Universidad Espíritu Santo – UEES, 2021).

Efectos de la Digitalización

Alrededor del mundo, se conoce que la digitalización posee un gran impacto. En muchos casos, sus efectos son deseables e intencionados, mientras que en otros no. La digitalización está revolucionando hoy en día de gran manera los modelos de negocio, provocando a su vez impactos mixtos en los países en desarrollo, especialmente debido a la captura de valor por parte de las plataformas digitales y las facilidades que permiten las tecnologías para la segmentación de los procesos y desagregación de servicios (UNCTAD, 2019).

En adición, es posible determinar en múltiples sectores efectos directos o indirectos de la digitalización en los mismos. En la agricultura, por ejemplo, la digitalización puede llegar a contribuir con un aumento de la producción, así como también el desplazamiento de comunidades que se basan en la agricultura tradicional.

En el ámbito del comercio electrónico, actúan dos componentes importantes conforme al sentido contrario sobre las emisiones del transporte en las distintas ciudades; uno de ellos es la disminución de desplazamientos de los consumidores, y por otro lado, el aumento de la actividad de transporte para dirigirse hacia los hogares (Salgado, Fernández, Monge, & Mataix, 2021).

Otro ejemplo de un impacto directo de la digitalización, de acuerdo a Delgado (2016), podría relacionarse con la existencia de blogs y foros de reseñas, al igual que la actividad en redes sociales; en este sentido, la participación de las editoras o distribuidoras se perjudican positiva o negativamente ya que con esta herramienta su actividad comercial puede incrementar o disminuir.

En contrario, un efecto indirecto puede verse reflejado en el caso de los profesionales en agregar contenido, ya que con la digitalización pueden obtener beneficios indirectos a través del tráfico o como un sistema gratuito en donde se hacen conocer por otros medios, mejorando su reputación, marca, generación de hábitos, etc (Delgado, 2016).

III. Conclusiones

El objetivo del estudio de este estudio, fue identificar los factores que inciden en la digitalización de un país, y la importancia de su implementación. A través de la revisión de literatura se pudo conocer la evolución y conceptos de la digitalización, además de sus efectos.

Se pudo establecer que existen dos factores claves; uno interno que corresponde al Consumidor y, por otro lado, factores externos tales como: Políticas públicas, Conectividad y Red y Competitividad. Ante

lo expuesto, se puede concluir que el país no cuenta con un ecosistema adecuado para el desarrollo de empresas digitales exitosas.

Dentro de Latinoamérica, la digitalización de las MIPYMES juega un papel fundamental para el desarrollo de los países. A medida que van adquiriendo recursos tecnológicos, permitiría una búsqueda más rápida y eficiente de datos, revolucionando de gran manera los modelos de negocio. En adición, al implementar una empresa esta herramienta, se ha demostrado que contribuye a una mejora en la eficiencia de sus procesos, así como también en el intercambio de información.

No obstante, respecto a Ecuador, para muchas Micro, Pequeñas y Medianas empresas el proceso de la transformación digital resulta complicado puesto que conlleva muchas responsabilidades y riesgos, que se convierten en desafíos para éstas. Consecuentemente, al compararlo con otros países de América Latina, presenta limitaciones futuras al no contar con suficientes datos para el análisis del desarrollo óptimo en un entorno inmersivo y cambiante.

Con base a la revisión literaria, se concluye que Ecuador no cuenta con un entorno competitivo adecuado para el desarrollo de las MIPYMES. Si bien es cierto, se han incrementado el uso de herramientas digitales tales como: pagos en línea, e-commerce, fintechs y demás; no obstante, la competencia se ha visto limitada ya que carece de herramientas necesarias para potenciar su crecimiento.

Finalmente, es importante que las autoridades y entes de control establezcan políticas públicas que permitan el desarrollo de un ecosistema adecuado con la finalidad de que las MIPYMES puedan digitalizarse, considerando los factores internos y externos. En vista de que existen escasos estudios realizados en Ecuador, muchos de los cuales son más teóricos que prácticos, es posible sugerir que se realicen futuras investigaciones, específicamente, considerando este tipo de empresas tanto como procesos que involucren la innovación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia EFE. (8 de Julio de 2020). *Acuerdo entre Ecuador y la OEA posibilitará la digitalización de las Mipymes*. Recuperado el Septiembre de 2021, de <https://www.efe.com/efe/america/economia/acuerdo-entre-ecuador-y-la-oea-posibilitara-digitalizacion-de-las-mipymes/20000011-4292226>
- Agudelo, M., Chomali, E., Suniaga, J., Nuñez, G., Jordan, V., & Rojas, F. (2020). Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. *Agenda Digital Regional eLAC 2020-2022*.
- Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2021). COVID-19 Lecciones de digitalización para el desarrollo sostenible de las micro y pequeñas empresas. *Sustainable Production and Consumption*, 1989-2001.
- BID. (2020). Obtenido de COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes?: <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-oportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- Castells. (2001). *La era de la información* (Vol. I). Madris: La Sociedades Red.
- CEPAL. (2020). *Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al COVID-19*.
- Chávez, M. (10 de Octubre de 2020). *Pyme Digital*. Obtenido de Espol : <https://www.espol.edu.ec/es/noticias/espol-apoya-la-transformaci%C3%B3n-digital-de-pymes-en-ecuador-con-lanzamiento-de-herramienta>
- Cibernos, G. (2018). Obtenido de ¿Qué obstáculos encuentran las empresas en su digitalización?: <https://www.grupocibernos.com/blog/que-obstaculos-encuentran-las-empresas-en-su-digitalizacion>
- Das, S., Kundu, A., & Bhattacharya, A. (2020). Adaptación tecnológica y supervivencia de las PYME: un estudio longitudinal de los países en desarrollo. *Technology Management Innovation Management Review*.

- Delgado, A. (2016). *Sistema de protección de los intereses del autor y el empresario en la propiedad intelectual (régimen del empresario en el ámbito de la propiedad intelectual)*. Tesis, Universitat Ramon Llull, Ciencias jurídicas y derecho, España.
- Delgado, A. (2016). *Sistema de protección de los intereses del autor y del empresario en la propiedad intelectual*. Tesis universitaria, Universitat Ramon Llull.
- empresas, L. n. (2019). *DigitAcademy*. Obtenido de <https://www.digitastudio.com/blog/niveles-en-la-transformacion-digital-de-una-empresa>
- GEM. (2017). *ESPAE*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50078>
- Grupo Cibernos. (2018). Obtenido de Los riesgos de no sumarse a la transformación digital de las empresas: <https://www.grupocibernos.com/blog/los-riesgos-de-no-sumarse-a-la-transformacion-digital-de-las-empresas>
- Henriquez, P. (2020). *COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes?* Recuperado el Septiembre de 2021, de BID : <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-oportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- Henriquez, P. (2020). *COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes?* Obtenido de <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-oportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- INEC, C. d. (9 de Enero de 2019). *DSG Consulting*. Obtenido de <https://www.dsg.ec/gestion-empresas/mipymes-en-ecuador/>
- Knudsen, E., Lien, L., Timmermans, B., Belik, I., & Pandey, S. (2021). ¿Estabilidad en tiempos turbulentos? El efecto de la digitalización en la sostenibilidad de la ventaja competitiva. *Revista de investigación empresarial*, 360-369.
- Lerch, C., & Gotsch, M. (2015). *Digitalized product-service systems in manufacturing firms: a case study analysis* (Vol. 58). Research-Technology Management.
- McGrath, R. (2013). *El fin de la ventaja competitiva: cómo hacer que su estrategia avance tan rápido como su negocio*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Mera, J. (2013). *Análisis al manejo de las finanzas y su relación con el registro y uso del sistema contable de los pequeños y medianos negocios de la parroquia san camilo de la ciudad de Quevedo, periodo 2012*. Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales, Quevedo, Ecuador.
- Mogro, S. C. (28 de Octubre de 2021). La digitalización de las MiPymes. (A. Mendoza, Entrevistador)
- Morillo, D. (2015). *Implementación de un sistema de digitalización y gestión documental (DMS) para la empresa textil "VICUNHA S.A." - ECUADOR*. Trabajo de graduación previo a la obtención del título, Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Observatorio de Comercio Electrónico de la Universidad Espíritu Santo – UEES, E. (2021). *UEES*. Obtenido de <https://learn-us-east-1-prod-fleet02-xythos.content.blackboardcdn.com/6102c0bd668e7/477957?X-Blackboard-Expiration=1636016400000&X-Blackboard-Signature=IHHY%2Fd1YpfAtVlIZ3NOO8qqtu4C2ATK9Zvc9NAJUQ00%3D&X-Blackboard-Client-Id=313279&response-cache-control=p>
- OEA, E. y. (2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-ya-es-parte-del-plan-de-digitalizacion-de-mipymes-de-la-oea/>
- Organización de los Estados Americanos. (2020). *OEA*. Recuperado el Septiembre de 2021, de La OEA y Ecuador unen esfuerzos para avanzar en la digitalización de las MIPYMEs: https://www.oas.org/es/centro_noticias/comunicado_prensa.asp?sCodigo=C-072/20

- Pérez, W. G. (2017). LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN EL PRODUCTO PAR A GENERAR POSICIONAMIENTO EN LOS JÓVENES . *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión* , 1-3.
- Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 69-95.
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Räisänen, J., & Tuovinen, T. (2020). Innovaciones digitales en las microempresas rurales. *Revista de Estudios Rurales*, 56-67.
- Reporte de Competitividad Global . (2019). *Reporte de Competitividad Global*.
- Saavedra, G., & Hernández, C. (Julio de 2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable FACES*, XI(17).
- Salgado, J., Fernández, C., Monge, C., & Mataix, C. (2021). Una digitalización sostenible. *Tiempo de Paz*, págs. 80-89.
- Sotomayor, O., Ramírez, E., & Martínez, H. (2021). Digitalización y cambio tecnológico en las mipymes agrícolas y agroindustriales en América Latina. *CEPAL. Documentos de Proyectos*.
- UNCTAD. (2019). Digitalización. *La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo* (.).
- Universo, E. (2020). *Ecuador se ubicó en el puesto 10 entre 12 países en digitalización en hogares, según informe publicado por la CAF*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/caf-emite-informe-sobre-digitalizacion-de-infraestructura-ecuador-en-puesto-10-entre-12-paises-nota/>