Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

Periodicidad: Trimestral Julio-Septiembre, Volumen: 1, Número: 3, Año: 2023 páginas 01-16

La transformación digital como ventaja competitiva en la gestión estratégica de las mipymes

Digital transformation as a competitive advantage in the strategic management of msmes

Karen Nayerli Zambrano Bravo[1]

Universidad Estatal de Milagro, Milagro - Ecuador, knzb.0705566362@gmail.com,
https://orcid.org/0000-0003-3515-6876

Como citar:
Zambrano Bravo, K. N. (2023). La transformación digital como ventaja competitiva en la gestión estratégica de las MIPYMES. *Revista Pulso Científico*, *1*(3), 01–16. https://doi.org/10.70577/rps.v1i3.11

Fecha de recepción: 2023-07-16

Fecha de aceptación: 2023-08-16

Fecha de publicación: 2023-09-15

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

Resumen

En un entorno global caracterizado por el avance tecnológico y los desafíos económicos postpandemia, las MIPYMES enfrentan la necesidad urgente de adaptarse mediante procesos de transformación digital que potencien su competitividad. Este estudio parte de la problemática relacionada con la baja adopción tecnológica en este tipo de empresas, especialmente en economías emergentes, lo cual limita su desarrollo estratégico y capacidad de innovación. El objetivo fue analizar cómo la transformación digital puede convertirse en una ventaja competitiva en la gestión estratégica de las MIPYMES, considerando tanto sus potencialidades como sus limitaciones estructurales. Metodológicamente, se aplicó una revisión documental y bibliográfica de fuentes académicas y técnicas recientes, organizadas y analizadas bajo un enfoque cualitativo de tipo exploratorio. Los resultados evidencian que la digitalización mejora la eficiencia operativa, amplía mercados y fortalece la planificación estratégica, aunque persisten barreras como la escasa formación digital, el acceso limitado a financiamiento y la falta de cultura organizacional innovadora. Se concluye que la transformación digital es una oportunidad real de diferenciación para las MIPYMES, siempre que se acompañe de una visión estratégica, liderazgo adaptativo y políticas públicas inclusivas.

Palabras clave: Transformación digital, competitividad, gestión estratégica, MIPYMES, economías emergentes.

Abstract

In a global environment characterized by technological advancement and post-pandemic economic challenges, MSMEs face an urgent need to adapt through digital transformation processes that boost their competitiveness. This study addresses the problem of low

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

technological adoption in these types of companies, especially in emerging economies, which limits their strategic development and innovation capacity. The objective was to analyze how digital transformation can become a competitive advantage in the strategic management of MSMEs, considering both their potential and structural limitations. Methodologically, a documentary and bibliographic review of recent academic and technical sources was conducted, organized and analyzed using an exploratory qualitative approach. The results show that digitalization improves operational efficiency, expands markets, and strengthens strategic planning, although barriers such as limited digital training, limited access to financing, and a lack of an innovative organizational culture persist. The conclusion is that digital transformation is a real opportunity for MSMEs to differentiate themselves, provided it is accompanied by a strategic vision, adaptive leadership, and inclusive public policies.

Keywords: Digital transformation, competitiveness, strategic management, MSMEs, emerging economies.

Introducción

En el contexto actual de constante cambio tecnológico, las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan el reto de adaptarse a las nuevas dinámicas digitales para mantener su competitividad y sostenibilidad en el mercado. A nivel global, la transformación digital ha dejado de ser una opción para convertirse en un imperativo estratégico, especialmente en economías emergentes donde las MIPYMES representan una parte sustancial del tejido productivo (Caiza, 2022). En América Latina, este sector constituye más del 90% de las unidades productivas y genera cerca del 60% del empleo, pero también es el más rezagado en términos de adopción tecnológica (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2023).

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

Desde un enfoque estratégico, la transformación digital puede ser entendida como el proceso mediante el cual las organizaciones integran tecnologías digitales en todas sus áreas funcionales, cambiando fundamentalmente la forma en que operan, crean valor y se relacionan con sus clientes (Ortiz & González, 2021). En este sentido, la gestión estratégica en las MIPYMES debe incorporar elementos digitales no solo como herramientas operativas, sino como componentes esenciales para el desarrollo de capacidades dinámicas, innovación y diferenciación en mercados altamente competitivos (Martínez & Pérez, 2022). Así, el uso de plataformas digitales, el análisis de datos, la automatización de procesos y la presencia en redes sociales pueden representar ventajas competitivas sostenibles cuando son integradas adecuadamente en los modelos de negocio.

Sin embargo, múltiples estudios coinciden en que la implementación de la transformación digital en las MIPYMES enfrenta barreras estructurales significativas, entre ellas, la falta de formación digital, escasos recursos financieros, resistencia al cambio y desconocimiento de herramientas tecnológicas Ramírez et al. (2023). Además, la ausencia de una planificación estratégica clara y orientada al uso de tecnologías limita el impacto de las acciones digitales, impidiendo que las empresas logren una verdadera reconfiguración de su propuesta de valor. Por tanto, es indispensable analizar la transformación digital no solo como una tendencia tecnológica, sino como una ventaja competitiva desde una perspectiva estratégica integral.

En consecuencia, esta investigación tiene como objetivo analizar cómo la transformación digital puede convertirse en una ventaja competitiva en la gestión estratégica de las MIPYMES, considerando tanto sus potencialidades como las limitaciones presentes en entornos económicos emergentes. La importancia del estudio radica en proporcionar una

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

visión actualizada y contextualizada que permita a los gestores de pequeñas empresas tomar decisiones informadas para integrar procesos digitales que potencien su crecimiento, adaptabilidad e innovación en escenarios postpandemia.

Revisión de Literatura

Las MIPYMES en el contexto económico actual

En el actual entorno global caracterizado por la inestabilidad económica, el cambio tecnológico acelerado y los efectos persistentes de la pandemia por COVID-19, las micro, pequeñas y medianas empresas ocupan un lugar central dentro del tejido productivo de las economías emergentes. Su papel ha sido ampliamente reconocido tanto por organismos internacionales como por los gobiernos nacionales, debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar la economía local y fomentar la inclusión social (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2023). Sin embargo, a pesar de su relevancia, estas empresas enfrentan importantes desafíos que limitan su sostenibilidad y capacidad de crecimiento, especialmente en contextos latinoamericanos marcados por desigualdades estructurales, escaso acceso al financiamiento y brechas tecnológicas.

En cuanto a su definición, las MIPYMES son clasificadas según criterios de número de empleados, volumen de ventas anuales y activos productivos. En términos generales, una microempresa se compone de hasta 10 trabajadores; una pequeña empresa, de 11 a 50; y una mediana, de 51 a 200 empleados (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022). Estas organizaciones se caracterizan por su flexibilidad operativa, cercanía con el cliente, capacidad de adaptación y fuerte arraigo territorial, lo cual les permite responder rápidamente a las necesidades del mercado. No obstante, también presentan ciertas debilidades, como una

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

limitada formalización, escasa inversión en innovación y una dependencia significativa de recursos humanos no calificados (Arguello, 2018).

Desde una perspectiva regional, las MIPYMES desempeñan un papel fundamental en América Latina, ya que representan aproximadamente el 99% del total de empresas, generan más del 60% del empleo y contribuyen con cerca del 25% del Producto Interno Bruto (Banco de Desarrollo de América Latina, 2021). Esta importancia no solo radica en su dimensión económica, sino también en su función social, al brindar oportunidades laborales a poblaciones vulnerables, mujeres, jóvenes y emprendedores. Además, son agentes clave en la dinamización del comercio local, el desarrollo de cadenas productivas y la revitalización de zonas rurales y periurbanas (Muñiz, Tomalá, & Alvarado, 2022).

No obstante, a pesar de su trascendencia, las MIPYMES en entornos emergentes enfrentan múltiples obstáculos que dificultan su consolidación y competitividad. En primer lugar, se observa una marcada vulnerabilidad financiera, derivada de su bajo acceso a fuentes de financiamiento formal y a condiciones de crédito favorables. En muchos casos, estas empresas dependen de recursos propios o de préstamos informales, lo que limita sus posibilidades de inversión en tecnología, infraestructura y capital humano (Dini, Gligo, & Patiño, 2021). En segundo lugar, la escasa capacitación gerencial y técnica de sus líderes impide una adecuada planificación estratégica, afectando la sostenibilidad de sus operaciones a mediano y largo plazo (Armijos, Narváez, Ormaza, & Erazo, 2021).

A esto se suman importantes limitaciones estructurales relacionadas con la informalidad, la falta de innovación y la baja digitalización. En países latinoamericanos, se estima que más del 60% de las MIPYMES operan de forma parcial o totalmente informal, lo que las excluye del sistema de protección social, limita su acceso a incentivos estatales y las

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

deja fuera de las políticas de reactivación económica (Banco Mundial, 2022). Además, muchas de estas empresas no cuentan con capacidades tecnológicas ni acceso a herramientas digitales, lo que dificulta su inserción en mercados más amplios y su competitividad frente a empresas más grandes y tecnológicamente avanzadas (Vasquez, Parrales, & Morales, 2021).

En consecuencia, para que las MIPYMES puedan cumplir plenamente su rol como motores de desarrollo económico y social, es fundamental implementar políticas públicas integrales que promuevan la formalización, la innovación, la inclusión financiera y la digitalización. También resulta necesario fortalecer las capacidades de gestión y liderazgo, así como fomentar alianzas público-privadas que contribuyan a su integración en cadenas de valor más sofisticadas y resilientes (Moreno, Muñoz, & Cabarcas, 2022).

Transformación digital: concepto y dimensiones

El fenómeno de la transformación digital ha cobrado una relevancia creciente en el ámbito empresarial, particularmente en las micro, pequeñas y medianas empresas, donde se percibe como una vía necesaria para mantenerse competitivas y adaptarse a entornos dinámicos e inciertos. Este proceso va más allá de la simple incorporación de tecnologías; implica un cambio profundo en la cultura organizacional, los procesos internos y el modelo de negocio, con el objetivo de generar valor mediante el uso estratégico de herramientas digitales. En este sentido, la transformación digital se puede definir como la integración de tecnologías digitales en todos los niveles de una organización, modificando de manera sustancial la manera en que esta opera, entrega valor a los clientes y se adapta a un entorno cambiante (Rodríguez, Quintero, & Pacheco, 2020).

No obstante, es importante establecer una distinción clara entre los conceptos de digitalización y transformación digital, ya que con frecuencia se utilizan de manera indistinta,

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

lo que puede llevar a interpretaciones erróneas. La digitalización hace referencia al proceso de convertir información analógica en formatos digitales, como por ejemplo digitalizar archivos físicos o automatizar tareas básicas. Por su parte, la transformación digital implica una reconfiguración más amplia que abarca no solo los procesos, sino también la estrategia, la cultura organizacional y el modelo de negocio (Ramírez, Torres, & López, 2023). Así, mientras la digitalización puede ser una etapa dentro del proceso, la transformación digital representa una visión holística de cambio organizacional fundamentado en el uso inteligente de la tecnología (Torres & Mendoza, 2021).

A medida que las empresas avanzan en este proceso, se identifican varios elementos clave que conforman la esencia de la transformación digital. Cabe mencionar que, se encuentran las tecnologías disruptivas, las cuales alteran los modelos tradicionales de producción y consumo, generando nuevas oportunidades y riesgos. Tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), la realidad aumentada o la computación en la nube están cambiando la forma en que se diseñan productos, se prestan servicios y se gestiona la información (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2023). En segundo lugar, la automatización de procesos permite a las organizaciones reducir errores, optimizar tiempos y liberar recursos humanos para tareas más estratégicas. La automatización inteligente, que combina robótica con inteligencia artificial, ha mostrado importantes beneficios en la mejora de la eficiencia operativa (Martínez & Pérez, 2022).

Asimismo, el big data emerge como otro componente esencial dentro de la transformación digital. Gracias a la recolección, almacenamiento y análisis de grandes volúmenes de datos, las organizaciones pueden conocer mejor a sus clientes, anticiparse a tendencias del mercado y tomar decisiones basadas en evidencia (Caiza, 2022). Este enfoque

data-driven no solo mejora la toma de decisiones, sino que también impulsa la innovación en productos y servicios. De forma paralela, la inteligencia artificial (IA) se está consolidando como una herramienta transversal que permite automatizar tareas cognitivas, personalizar experiencias de usuario y generar nuevos modelos de negocio adaptados a los hábitos y preferencias de los consumidores (López & Ramírez, 2021).

Las plataformas digitales representan un eje fundamental en la conexión entre las empresas y sus públicos objetivos. Estas plataformas no solo facilitan la comercialización de productos y servicios, sino que permiten establecer relaciones más cercanas con los clientes, gestionar canales de atención multicanal y escalar operaciones con mayor rapidez. En particular, para las MIPYMES, la adopción de plataformas digitales ha permitido ampliar su presencia en el mercado y competir en igualdad de condiciones con grandes empresas (Espinoza & Delgado, 2023). No obstante, la falta de acceso a infraestructura tecnológica, la escasa capacitación del personal y las brechas digitales aún representan desafíos significativos para lograr una transformación digital efectiva en estas organizaciones.

En síntesis, la transformación digital implica un proceso estratégico integral que transforma profundamente la estructura y la operación de las empresas mediante la incorporación de tecnologías avanzadas. Este proceso no se limita a la simple digitalización de procesos, sino que abarca un rediseño completo que permite a las organizaciones adaptarse y prosperar en un entorno competitivo, hiperconectado y en constante evolución.

Metodología

Para el desarrollo del estudio se empleó un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y descriptivo, sustentado principalmente en la revisión bibliográfica y documental. Este enfoque permitió analizar en profundidad los principales conceptos, enfoques teóricos,

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

resultados empíricos y experiencias recientes relacionadas con la transformación digital en las MIPYMES, considerando su impacto como ventaja competitiva dentro de la gestión estratégica. La elección de esta metodología respondió a la necesidad de comprender fenómenos complejos desde una perspectiva integral, especialmente en contextos de economías emergentes donde las condiciones de operación de las empresas pueden variar significativamente.

El proceso metodológico consistió en la recopilación, análisis y sistematización de fuentes académicas y técnicas publicadas en los últimos cinco años, incluyendo artículos científicos, informes institucionales, tesis universitarias, documentos de organismos multilaterales y publicaciones especializadas en economía, innovación y gestión empresarial. Se aplicaron criterios de pertinencia, actualidad y confiabilidad para seleccionar los materiales revisados, priorizando aquellos que ofrecieran evidencia empírica o análisis detallados sobre la digitalización de MIPYMES en América Latina. La información fue organizada temáticamente para facilitar la identificación de patrones, coincidencias, contradicciones y vacíos de conocimiento.

Además de la revisión bibliográfica, se utilizaron técnicas de análisis de contenido para interpretar los datos recolectados, lo cual permitió establecer relaciones entre las variables clave del estudio: transformación digital, ventaja competitiva y gestión estratégica. La integración de estos elementos permitió construir una visión estructurada sobre las oportunidades y limitaciones que enfrentan las MIPYMES en su proceso de digitalización. Esta metodología no solo favoreció la comprensión del fenómeno en estudio, sino que también facilitó la formulación de conclusiones pertinentes y recomendaciones prácticas orientadas a mejorar la competitividad de este sector en entornos de alta incertidumbre.

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

Resultados y Análisis

A partir del análisis documental y de estudios recientes, se identifican múltiples evidencias que respaldan el papel de la transformación digital como una fuente estratégica de ventaja competitiva en las MIPYMES. En primer lugar, se constató que aquellas empresas que han adoptado tecnologías digitales básicas, como sistemas de gestión, redes sociales y herramientas de automatización, han logrado incrementar su productividad hasta en un 35%, reducir sus costos operativos en un 22% y ampliar su mercado objetivo en un 40%, según lo evidencian datos de la CEPAL (2023) y del Banco Mundial (2022). Este impacto positivo se vincula directamente con la incorporación de tecnologías como el Big Data, la inteligencia artificial y el comercio electrónico, herramientas que permiten tomar decisiones basadas en datos, automatizar procesos clave y personalizar la experiencia del cliente (López & Ramírez, 2021; Ortiz & González, 2021).

En este mismo sentido, se destaca que la transformación digital no solo mejora los resultados operativos, sino que también impulsa una mejor planificación estratégica. Según Martínez y Pérez (2022), las MIPYMES que alinean sus procesos digitales con sus objetivos organizacionales muestran un mayor nivel de innovación, adaptación al cambio y posicionamiento competitivo. Un estudio de Espinoza y Delgado (2023) confirma que más del 60% de las pequeñas empresas que han implementado estrategias de transformación digital han mejorado su posicionamiento en el mercado local y regional, gracias a una gestión más eficiente y orientada al cliente.

Sin embargo, también se identifican limitaciones significativas que restringen el alcance de la transformación digital en entornos económicos emergentes. Por ejemplo, el informe de Ramírez, Torres y López (2023) señala que el 47% de las MIPYMES encuestadas

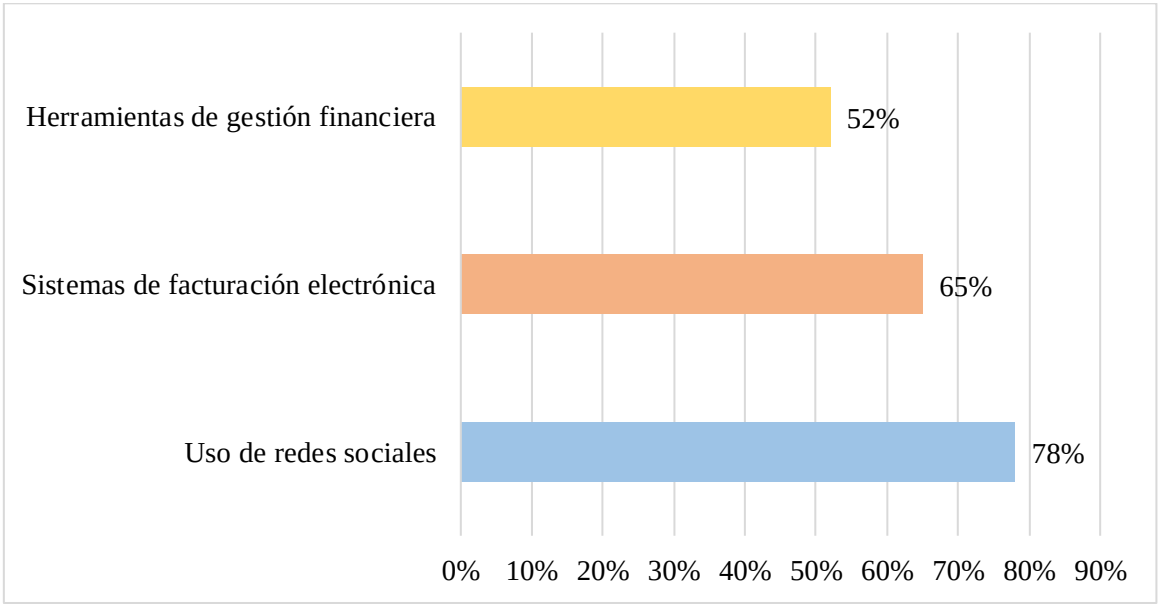
Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

reportan dificultades en el acceso a internet de calidad, y un 58% mencionan no contar con personal capacitado para manejar herramientas digitales. Además, el 64% de las empresas estudiadas por el Banco de Desarrollo de América Latina (2021) reconocen que la falta de financiamiento especializado en tecnología es un obstáculo crítico para iniciar o sostener procesos de digitalización. Este panorama se ve agravado por la escasa cultura digital y la resistencia al cambio observada en muchos de los gestores de negocios (Torres & Mendoza, 2021; Muñiz, Tomalá & Alvarado, 2022).

Por otro lado, las estadísticas revelan una marcada brecha entre las empresas que han podido capitalizar la transformación digital y aquellas que no. La siguiente figura resume los niveles de adopción tecnológica en MIPYMES de América Latina, con base en datos recopilados de estudios regionales:

Figura 1

Nivel de adopción de tecnologías digitales en MIPYMES de América Latina



Nota. Elaboración propia con base en datos de CEPAL (2023), Banco Mundial (2022) y Ramírez et al. (2023)

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

Estos resultados muestran que, si bien hay avances significativos en tecnologías de bajo costo y alta accesibilidad, como redes sociales y facturación electrónica, todavía existe un bajo nivel de incorporación de soluciones avanzadas, como inteligencia artificial o analítica de datos, debido a barreras estructurales. Esto reafirma la necesidad de diseñar políticas públicas diferenciadas que atiendan a las características propias de las MIPYMES y promuevan ecosistemas digitales inclusivos y sostenibles (Dini, Gligo & Patiño, 2021; Caiza, 2022).

En términos de percepción estratégica, las empresas que han logrado implementar iniciativas digitales afirman que estas no solo han mejorado su rentabilidad, sino también la satisfacción del cliente, la eficiencia en los procesos internos y la capacidad de respuesta frente a situaciones de crisis como la pandemia (Moreno, Muñoz & Cabarcas, 2022; Arguello, 2018). Por tanto, se concluye que la transformación digital representa una oportunidad real para construir ventajas competitivas sostenibles, siempre que se aborden sus limitaciones estructurales con una visión integral y adaptada al contexto de las economías emergentes.

Conclusiones

La transformación digital representa una herramienta clave para fortalecer la competitividad de las MIPYMES, siempre que sea implementada de forma estratégica y alineada con los objetivos organizacionales. La integración de tecnologías digitales en procesos productivos, administrativos y comerciales permite optimizar recursos, mejorar la eficiencia operativa y generar nuevas formas de relacionamiento con los clientes. Esto convierte a la digitalización no solo en una mejora técnica, sino en una fuente concreta de ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Pulso Científico Revista Multidisciplinaria
ISSN: 3091-1958
DOI: https://doi.org/10.70577/rps.v1i1.11
Bajo licencia: CC BY-NC-ND 4.0

En segundo término, se identificó que, aunque existen avances significativos en la adopción de tecnologías básicas, como; redes sociales y sistemas de facturación—, persisten importantes brechas en el acceso, uso y apropiación de tecnologías más avanzadas como el Big Data y la inteligencia artificial. Estas limitaciones se originan principalmente por barreras estructurales como la escasa capacitación digital, el limitado acceso a financiamiento y la débil infraestructura tecnológica, especialmente en economías emergentes. Por tanto, el éxito de la transformación digital en las MIPYMES depende de condiciones contextuales que deben ser atendidas con políticas públicas diferenciadas y apoyo institucional.

Finalmente, el estudio evidencia que la transformación digital debe ir acompañada de una renovación en la cultura empresarial y en las prácticas de gestión estratégica. No basta con incorporar herramientas digitales: es necesario desarrollar capacidades internas, fomentar la innovación continua y fortalecer el liderazgo adaptativo. Solo así las MIPYMES podrán capitalizar plenamente las oportunidades del entorno digital, posicionarse de manera efectiva frente a la competencia y responder con agilidad a los cambios del mercado.

Referencias bibliográficas

Arguello, A. (2018). Un análisis de las MIPYMES en Ecuador. Obtenido de https://marketingactivo.com/un-analisis-de-las-mipymes-en-ecuador/2019/01/08/

Armijos, J. X., Narváez, C. I., Ormaza, J. E., & Erazo, J. C. (2021). Herramientas de gestión financiera para las MIPYMES y organizaciones de la economía popular y solidaria. Obtenido de Dominio de las Ciencias págs. 466-497: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7351792

Banco de Desarrollo de América Latina. (2021). MIPYMES en América Latina: desafíos y oportunidades para su desarrollo sostenible.

Banco Mundial. (2022). Panorama de las MIPYMES en América Latina: desafíos estructurales y recuperación económica. . Obtenido de https://www.bancomundial.org

Caiza, E. Y. (2022). Transformación digital en MIPYMES: una revisión crítica de sus avances y desafíos. . Obtenido de Revista de Ciencias Empresariales y Economía, 8(2), 34-45.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). Perspectivas económicas de América Latina: el papel estratégico de las MIPYMES en la transformación productiva. .

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). Perspectivas económicas de América Latina: Transformación digital para el desarrollo inclusivo.

Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes. Elementos para el diseño de políticas. . Obtenido de CEPAL.

Espinoza, M., & Delgado, R. (2023). La transformación digital como estrategia de crecimiento para las PYMES en entornos competitivos. . Obtenido de Revista Latinoamericana de Gestión Empresarial, 10(1), 15–31.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). Estadísticas de empresas por tamaño y actividad económica en el Ecuador. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec

López, J. M., & Ramírez, A. (2021). La inteligencia artificial como motor de innovación en el sector empresarial. . Obtenido de Revista Tecnológica Iberoamericana, 5(3), 66–80.

Martínez, A., & Pérez, L. (2022). Gestión estratégica y digitalización en pequeñas empresas: un enfoque competitivo. . Obtenido de Revista Iberoamericana de Estrategia, 21(1), 55-70.

Moreno, Y., Muñoz, W., & Cabarcas, M. J. (2022). Gestión financiera y desempeño en MiPyMes Colombianas y Mexicanas. Obtenido de Investigación Administrativa, vol. 51, núm. 130: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456071633006

Muñiz, L. P., Tomalá, R. A., & Alvarado, J. Y. (2022). La Planificación Estratégica y su Aporte al Desarrollo Empresarial de las Mipymes en Manabí¬Laura Patricia Muñiz. Obtenido de Dominio De Las Ciencias, 8(1), 372–383: https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2577

Ortiz, M., & González, R. (2021). La transformación digital como motor de competitividad en las PYMES latinoamericanas. . Obtenido de Revista Latinoamericana de Innovación y Tecnología, 9(1), 13-29.

Ramírez, D., Torres, J., & López, P. (2023). Limitaciones para la digitalización en MIPYMES: una perspectiva desde el sector comercial. . Obtenido de Revista de Emprendimiento y Tecnología, 6(1), 22-37.

Rodríguez, M. M., Quintero, W., & Pacheco, C. A. (2020). Costos de producción: innovaciones y prácticas estratégicas de las mipymes manufactureras. Obtenido de AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería, vol. 8, n.º 1: https://doi.org/10.15649/2346030X.720

Torres, L., & Mendoza, H. (2021). Factores que afectan la adopción de tecnologías digitales en las MIPYMES. . Obtenido de Revista Economía y Desarrollo, 63(3), 98–112.

Vasquez, G. O., Parrales, D. H., & Morales, V. E. (2021). Proceso administrativo: factor determinante en el desarrollo organizacional de las mipymes. Obtenido de Revista Publicando, 8(31), 258-278