



Bastidas Zambrano, Luis Isaías; Mazacón Cervantes, Cesar Javier;
Ruiz Parrales, Evelyn Concepción; Onofre Zapata, Ronny Fernando

 **Luis Isaías Bastidas Zambrano**
lbastidas@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador

 **Cesar Javier Mazacón Cervantes**
jmazaconce@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador

 **Evelyn Concepción Ruiz Parrales**
eruiz@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador

 **Ronny Fernando Onofre Zapata**
ronofre@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador

ORATORES

Universidad Metropolitana de Educación, Ciencia y Tecnología,
Panamá
ISSN: 2410-8928
ISSN-e: 2644-3988
Periodicidad: Semestral
vol. 1, núm. 16, 2022
oratores@umecit.edu.pa

Recepción: 24 Octubre 2021
Corregido: 15 Noviembre 2021
Aprobación: 01 Diciembre 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/328/3283333003/>



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Resumen: Esta investigación comprende la revisión de la literatura existente que se relaciona con las variables de estudio que son: Transformación Digital y Emprendimiento, con el objetivo de otorgar un aporte al conocimiento de estos campos y su relación, así como las oportunidades de participación de uno en las mejoras del otro. Para ello, se ha realizado una revisión de la literatura actual a partir de la aplicación sistemática de la metodología prisma para encontrar los puntos en los que ambas variables puedan coincidir y determinar la importancia que tiene la incidencia de una sobre la otra. En este desarrollo se puede observar una serie de oportunidades en las que los emprendedores pueden atender la necesidad producto del proceso de transformación digital, dirigido a orientar a la empresa en la cuarta revolución industrial, planteando alternativas de participación en el sector de creación de valor, captación del valor o entrega de valor. En este sentido, se pudo observar cómo el emprendimiento puede desarrollarse, bien sea dentro de la empresa, para atender esta necesidad de transformación; fuera de la empresa, para ofrecer soluciones que acerquen esa transformación y enmarcarlas en el nuevo pensamiento digital e incluso, para transformar y acelerar el propio emprendimiento de cara a esta nueva etapa tecnológica.

Palabras clave: Emprendimiento, Transformación Digital, Industria 4.0.

Abstract: This research includes the review of the existing literature that is related to the study variables that are Digital Transformation and Entrepreneurship with the aim of providing a contribution to the knowledge of these fields and their relationship, as well as the opportunities of participation of one in the improvements of the other. To do this, a review of the current literature has been carried out based on the systematic application of the prism methodology to find the points where both variables can coincide and determine the importance of the incidence of one on the other. In this development, a series of opportunities can be observed in which entrepreneurs can meet the need resulting from the digital transformation process, aimed at guiding the company in the fourth industrial revolution by proposing alternatives for participation in the value creation sector, recruitment of the value or delivery of value. In this sense, it was possible to observe how entrepreneurship can develop, either within the company to meet this need for transformation, outside the company, to offer solutions that bring that transformation closer and frame them in the new

digital thinking and even, to transform and accelerate the entrepreneurship itself in the face of this new technological stage.

Keywords: Entrepreneurship, Digital Transformation, Industry 4.0.

INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado de hoy, las industrias tienen que ajustar sus procesos con el objetivo de crear una nueva arquitectura empresarial para mantener o incrementar sus niveles competitivos y desarrollar nuevos métodos que le permitan hacer sostenible su inversión en el tiempo.

Esto que ocurre con las empresas también impacta a las personas ya que, en la sociedad interconectada actual, las relaciones han escalado su nivel de interacción utilizando nuevos medios para exponer y presentar sus emociones, pensamientos e ideas.

Si a esta globalización mundial se le agrega el desarrollo tecnológico que ha tenido la segunda década de este siglo XXI y su impacto directo sobre la forma de vida de la sociedad, se adiciona una variable a esta ecuación que es imposible omitir, pues lo que antes parecía un guion para una película, hoy se ha convertido en una realidad palpable para la sociedad.

Esto obliga a voltear las miradas de la investigación para determinar cómo aquellos elementos que han venido creciendo y aportando valor económico y social, como el emprendimiento, se puede ajustar a esta nueva realidad de transformación digital para apoyar con su pensamiento innovador al traslado de la empresa tradicional a la industria 4.0.

Actualmente, existe mucha información relacionada a la transformación digital, sin embargo en muchas ocasiones parece que esa información no llegara a las pequeñas empresas o pequeños emprendedores, el objetivo de este trabajo es acercar la información para finalmente, contribuir al desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos.

La investigación está dividida en tres partes, en una primera parte se analiza el término emprendimiento y se alcanza una definición centrada en las competencias del emprendedor, caracterizando aquellos desafíos fundamentales que debe enfrentar para desarrollar su negocio. Por otro lado, se analiza el término transformación digital, observando aquellos beneficios que puede aportar a las organizaciones y el alcance que puede tener dentro de una pequeña empresa. Finalmente, se analiza la relación entre ambas variables determinando cómo la transformación digital puede entrar y beneficiar a los pequeños emprendedores para potenciar sus negocios.

EMPRENDIMIENTO

El término emprendedor tiene su origen en la palabra francesa *Entrepreneur*, la cual se traduce como pionero o aventurero y se utiliza para referirse a una persona con la capacidad de aventurarse a iniciar un negocio, empresa o proyecto con un propósito claro. Este término también se puede referir a una pequeña empresa, una cooperativa, un micro emprendimiento o negocio y hasta al desarrollo de trabajos por cuenta propia (Pozo Ceballos & Ferreiro Molero, 2020)

Un emprendimiento se puede considerar como una oportunidad que brinda el mercado y que es aprovechada por un individuo para desarrollar alguna solución que atienda esa necesidad particular, innovando con ideas o formas de atender los problemas y asumiendo los riesgos económicos que representa la inversión al inicio de su ejecución (Pozo Ceballos & Ferreiro Molero, 2020).

Actualmente, este término aparece firmemente relacionado al área económica, pues la mayoría de las soluciones que se generan a partir de un emprendimiento están enfocadas en la productividad y agregación de valor de forma innovadora con el objetivo de obtener algún tipo de rentabilidad (Pozo Ceballos & Ferreiro Molero, 2020).

El emprendedor se diferencia del inversionista en que este último invierte sus recursos para generar más recursos a partir de actividades que le ayuden a evitar los riesgos o minimizar su

impacto, mientras que el emprendedor acepta los retos, las dificultades que se presentan y toma una actitud de superación ante los hechos con el objetivo de llevar a cabo y sostener su proyecto de negocio (Oliva Abarca, 2017).

Actualmente, el emprendimiento se ha convertido en un elemento tan importante para la sociedad que es promovido por instituciones como la UNESCO (Oliva Abarca, 2017), entre otras organizaciones, que apuntan a crear un espacio de participación y desarrollo de ideas que permitan mantener la innovación y el desarrollo de las sociedades.

Aunque en su concepción un emprendimiento puede involucrar una actividad individual, tiene un impacto social y económico que impulsa la competitividad industrial, la innovación, la productividad, el uso óptimo de la tecnología y finalmente, permite aumentar los niveles de bienestar de las personas involucradas y de desarrollo de la región, mejorando con ello la calidad de vida de un país (Ferreto Gutiérrez, Lafuente, & Leiva, 2018).

Esta mejora de la calidad de vida se debe al impulso en la creación de empleos de calidad, la promoción de cambios en los patrones de consumo y a la creación y mantenimiento en el mercado de un producto, servicio y/o proceso innovador que materializa ese pensamiento disruptivo que todo emprendedor posee (Gómez Zuluaga, 2019).

Es importante destacar, que el emprendedor durante la ejecución de su trabajo puede asumir varios roles dentro del desarrollo de su proceso, como el de diseñador de productos, planificador de estrategia, diseñador de la campaña de marketing y cualquier rol que requiera impulsar para poder darle forma a la idea innovadora que tiene (Oliva Abarca, 2017). Es por ello que para que su proyecto tenga éxito existen una serie de cualidades que puede desarrollar y con las cuales impulsar su solución.

A diferencia de lo que se pensaba en sus inicios, que el emprendedor era una persona con capacidades excepcionales para desarrollar una idea de negocio innovadora y que pudiera monetizar, hoy en día se habla del emprendimiento como una ideología con un perfil que determina ciertos rasgos actitudinales que pueden ser aprendidos por cualquier persona (Oliva Abarca, 2017).

Entre los atributos que tienen los emprendedores se encuentra su disposición a innovar continuamente en el campo donde se esté desarrollando, la capacidad de asumir riesgos, que son calculados, pero que siempre están presentes en el inicio de toda actividad y su determinación a trabajar comprometido con su éxito (Ferreto Gutiérrez, Lafuente, & Leiva, 2018).

Además, para alcanzar ese éxito, es importante que las personas tengan la habilidad de la autoconfianza ya que les va a permitir sentirse con plena capacidad para desarrollar soluciones ante las diferentes dificultades que se le puedan presentar, construyendo la perseverancia necesaria para diseñar su propio camino, esta habilidad, además del autoconcepto, la comunicación y la resiliencia, son elementos claves que marcan la diferencia entre dos personas con las mismas aptitudes que obtienen diferentes resultados en un mismo proyecto. (Ferreto Gutiérrez, Lafuente, & Leiva, 2018).

Sin embargo, existe un factor que también influye de manera considerable dentro del éxito de un emprendimiento, este factor es el conocimiento, la experiencia y las habilidades que tenga el individuo que le permitan desarrollar una mejor gestión, administración y distribución de los recursos con los que cuenta (Ynzunza Cortés & Izar Landaeta, 2020).

Cabe destacar que los emprendedores con un nivel de educación superior pueden tener mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios, resolver problemas y aprovechar las oportunidades de negocio a través de sus

redes de contacto, conocimientos, habilidades cognitivas y habilidades blandas (Ferreto Gutiérrez, Lafuente, & Leiva, 2018).

El conocimiento es un atributo tan importante que de todas las ramas de emprendimiento existen uno en particular que, debido a la amplia base científica y de conocimiento que requiere para su desarrollo, se considera como uno de los que mayor creación de valor tienen, estos son los emprendimientos con base tecnológicas. (Zapata, Fernández López, & Neira Gómez, 2018).

En Ecuador, particularmente, es posible observar una relación directa entre el capital humano y el emprendimiento ya que aquellas regiones donde existe un mayor capital humano en promedio también existe una mayor tasa de emprendimiento (Alvarado López, Jiménez Soto, Sánchez Bustamante, & Ponce Ochoa, 2019).

Además de los atributos personales, hay un elemento clave que es considerado como un factor de éxito para los emprendimientos y se trata de la estrategia de negocios (Ynzunza Cortés & Izar Landaeta, 2020), la cual va a permitir definir el alcance, las capacidades, los recursos y las tecnologías que se puedan utilizar para poder desarrollar un modelo de negocios que abarque diferentes sectores y tenga la capacidad de involucrarse en el mercado global.

En el caso del emprendimiento relacionado a la innovación y desarrollo de tecnologías o al uso de las mismas en el desarrollo del emprendimiento, es importante destacar que la existencia de un modelo a seguir (role model) influyen de forma positiva en la decisión de iniciar una actividad emprendedora (Ferreto Gutiérrez, Lafuente, & Leiva, 2018).

En la actualidad, se tiene la oportunidad de acceder a una gran cantidad de datos, información y mercados comerciales que se extienden más allá del territorio del emprendedor, sino que geográficamente pueden estar localizados en cualquier parte del mundo (Gómez Zuluaga, 2019) por lo que este role model no necesariamente tiene que ser cercano al emprendedor, sino que puede ser un modelo que tome de cualquier otra parte del mundo y lo extrapole a su zona de influencia.

Además de esta influencia externa, también se encuentra la cercanía con personas que hayan realizado algún tipo de emprendimiento en su familia o círculo íntimo de relaciones (Zapata, Fernández López, & Neira Gómez, 2018), siendo esto un fuerte estímulo que involucra a la persona en un círculo social propenso a manejar un pensamiento emprendedor.

Cuando las personas notan que la percepción hacia ellos es buena y sienten la confianza de desarrollar alguna actividad existe mayor intención y una decisión más firme en cuanto a desarrollar su propio negocio, por esta razón ese factor social es tan importante para el desarrollo de ideas innovadoras.

De los emprendimientos latinoamericanos, poco más del 10% llegan a desarrollar un perfil apto para la internacionalización, por lo que la presencia de empresas pequeñas en el mercado global es muy baja debido a que se desarrolla muy poca competitividad en este sentido (Gil Gaytán, 2017).

El inicio de un emprendimiento puede estar relacionado al desarrollo de nuevas ideas que puedan aportar soluciones innovadoras dentro del mercado actual o a la extensión de proyectos ya existentes dentro de las áreas empresariales, pero además, hay que considerar aquellos negocios que han iniciado debido a la falta de acceso a un empleo formal que han obligado a la ejecución de una labor de subsistencia que se ha podido convertir en una iniciativa emprendedora, pero que por falta de educación y/o herramientas digitales ha retardado su proyección y alcance en el mercado mundial (Pozo Ceballos & Ferreiro Molero, 2020).

Además del factor económico, también hay un componente psicológico importante que está relacionado con las actitudes que una persona debe tener para desarrollar alguna actividad emprendedora y sacarla adelante en medio de las dificultades que se puedan presentar, y también abarca los aspectos del entorno donde se emprende, estos aspectos se pueden referir a la presencia

de una influencia por parte de algún modelo familiar o externo o incluso, se refiere, a las mismas condiciones de la sociedad donde se va a desarrollar la actividad, ya que en oportunidades, en función del lugar donde

se va a ejecutar el emprendimiento, se cuenta con mayor o menor respaldo técnico, económico y a nivel de permisología (Ynzunza Cortés & Izar Landaeta, 2020).

Otro de los factores claves que incide en el inicio de un emprendimiento es la motivación que tenga la persona para desarrollar su proyecto asumiendo los riesgos que estén asociados a estos. En diferentes estudios se han determinado cuatro tipos de motivaciones que impulsan la mentalidad emprendedora de las personas (Ynzunza Cortés & Izar Landaeta, 2020).

Por un lado, se encuentra la motivación económica o la necesidad o idea de obtener una recompensa económica por el trabajo que se realiza, o mejorar las recompensas económicas que ofrece su trabajo actual a partir de ideas que pueden resolver los problemas desde una óptica distinta.

También existe la motivación extrínseca, que está determinada por un tema cultural y que varía de una cultura a la otra, pues actividades que pueden ser vistas en un sitio como un simple oficio informal, en otras culturas puede ser vista de forma admirable como la capacidad de iniciarse dentro de un campo innovador.

Además, se encuentran los factores intrínsecos que están más relacionados con esa necesidad de sentir productividad y superación personal.

Por último, se encuentra el emprendimiento motivado por la sensación de sentir autonomía dentro del trabajo y para satisfacer las necesidades del entorno más cercano (Ynzunza Cortés & Izar Landaeta, 2020).

El motivo para emprender que cada persona pueda encontrar, independientemente del área donde se encuentre, va a representar su principal motor para superar cada una de las barreras que, entre las más importantes, se encuentra la ejecución del primer trámite en la creación de la figura empresarial formal para llevar a cabo su negocio, ya que en promedio se necesitan casi dos meses en trámites y aproximadamente cinco salarios para la ejecución de los trece pasos necesarios para formalizar su empresa (Alvarado López, Jiménez Soto, Sánchez Bustamante, & Ponce Ochoa, 2019).

Sin embargo, a pesar de estas barreras y las que se puedan presentar a lo largo del camino

la satisfacción de poder ver la idea ejecutada y el aporte que entrega la solución a la sociedad representa el premio más grande para continuar y seguir avanzando.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Una de las herramientas claves dentro de las organizaciones, los gobiernos y las personas es garantizar una continua formación que le permita acceder al conocimiento y así desarrollar las habilidades y competencias que necesitan para adaptarse a la nueva época (Muñoz Sastre, Sebastián Morillas, & Núñez Cansado, 2019).

Una organización con capacidad de desarrollar un modelo de pensamiento disruptivo es una organización que se perfila hacia una transformación digital (Ruiz-Falcó Rojas, 2019). La transformación digital es un término que está asociado a la información, a los datos y al acceso que se pueda tener de ellos, así como a la conectividad inmediata que se pueda tener para poder acceder a estos elementos por encima de las fronteras geográficas (Curbelo).

Algunas de las definiciones de transformación digital indican que es proceso de reorientación de las formas de hacer negocio, generando una definición amplia que no se centra en lo digital, aunque sí lo utiliza (Alunni & Llambías, 2018).

La transformación digital está obligando a redefinir los modelos de negocios y a cambiar las metodologías de trabajo, impulsando un trabajo más autónomo y con niveles más horizontales (Curbelo).

El principio del proceso de transformación se basa en evaluar qué software o herramienta tecnológica fue diseñada para atender un problema en particular, ya que cada software fue diseñado para ofrecer una solución puntual, y determinar si es posible incluir esa solución dentro del proceso productivo que se lleve a cabo. Un proceso de transformación no se refiere sólo a la aplicación de un software dentro de la empresa, sino que se trata de la combinación óptima de softwares que permita trasladar lo complejo a lo simple, desarrollar ideas

y formas de trabajo que antes eran limitadas por lo analógico del proceso y finalmente, entregar un mejor servicio a los clientes y a los empleados (Alunni & Llambías, 2018).

En el caso del mercado actual, se utiliza transformación digital para aquellos negocios o empresas que pasan de una forma de trabajo tradicional a incorporarse en la era digital apuntando a convertirse en industrias 4.0, mientras que aquellos negocios o empresas que han nacido gracias al proceso de digitalización actual se les conoce como disruptores digitales (Alunni & Llambías, 2018).

Un proceso de transformación tiene inmerso un cambio, incorporación o adaptación de tecnología sin embargo, hay un elemento clave dentro de este proceso y es la reacción, visión y adaptación de las personas ante esta incorporación de tecnología, elementos que se hacen visibles en medio de la cultura organizacional (Alunni & Llambías, 2018), esto hace que aquellos cambios en las empresas tradicionales y desarrollos de nuevas empresas estén fuertemente influenciados por la visión que tenga la sociedad sobre las personas que participarán activamente en el desarrollo de las soluciones.

Los procesos de transformación digital están tan presentes en las actividades diarias que en este momento ya no es importante convencer a las personas sobre la importancia de adaptar a sus organizaciones a la era digital, de hecho, la gran mayoría de las personas están conscientes de esta necesidad (Ruiz-Falcó Rojas, 2019), sin embargo estar consciente de la necesidad de una evolución digital no significa que se cuente con el grado de madurez suficiente para asumir una implantación inmediata de este tipo de transformación.

El primer paso para implantar un proceso de transformación dentro de cualquier área, empresarial o personal, es comenzar a hablar sobre la posibilidad de trascender algunas operaciones al mundo digital y plantear los beneficios de este traslado, sin efectuar alguna acción concreta, para luego ir incluyendo acciones que procedan a la digitalización de las áreas de apoyo, sin tocar el proceso medular de la empresa, con el objetivo de ir gestionando los cambios en las personas y en los procesos, para finalmente, comenzar a implantar un proceso de transformación digital en los procesos medulares de la organización ya cuando se trate de una empresa más madura y abierta a recibir este tipo de cambios (Ruiz-Falcó Rojas, 2019).

Para lograr un proceso de transformación digital es importante conocer cómo la empresa puede ser mejor digitalmente y evaluar entre todos los miembros de la organización su disposición a un aumento del riesgo asumido inicialmente, con el desarrollo de un trabajo más colaborativo y horizontal que son elementos claves en los procesos de transformación (Ruiz-Falcó Rojas, 2019).

Para un desarrollo digital es necesario, aunque no suficiente, tener un líder digital, quien va a impulsar ese pensamiento disruptivo que irá incluyendo los cambios y ajustes necesarios para la mejora de los procesos que se llevan a cabo dentro de la empresa, desarrollando continuamente sus habilidades y manteniendo una mente abierta a cada una de las innovaciones que le permitan mejorar su producto o servicio (Ruiz-Falcó Rojas, 2019).

En este caso, se puede afirmar que para poder ejecutar un proyecto de transformación digital es clave tener una mentalidad de crecimiento (Ruiz-Falcó Rojas, 2019).

Los procesos de transformación digital se encuentran apoyados en la incorporación de la nube o Cloud Computing, el big data y análisis de datos, la ciberseguridad, robótica, internet de las cosas, realidad aumentada, integración de procesos, simulación y prototipado, herramientas que permiten que las empresas accedan a procesos mucho más productivos al eliminar errores, aumentar el grado de precisión de los resultados, optimizando de esta manera la calidad del producto (Muñoz Sastre, Sebastián Morillas, & Núñez Cansado, 2019).

A la incorporación plena de todas estas herramientas digitales se les denomina la cuarta revolución industrial, la transformación digital es la etapa de transición entre la empresa analógica y la industria 4.0 (Muñoz Sastre, Sebastián Morillas, & Núñez Cansado, 2019).

Uno de los elementos claves que se impulsan a través de la transformación es el cambio del paradigma de satisfacción del cliente por la experiencia del cliente (Alunni & Llambías, 2018), la cual será determinante

para poder apuntar hacia las herramientas que realmente conduzcan al cliente a vivir una experiencia de consumo inolvidable.

Otra de las motivaciones que impulsa la transformación digital es la necesidad de simplificación de procesos y de incorporación de innovación con el objetivo de evitar quedarse en el pasado y desaparecer como los casos emblemáticos de Kodak o Blockbuster, empresas que debido a su rigidez quedaron desplazadas del mercado.

Para llevar a cabo una experiencia de transformación exitosa Mckenzey & Company ha definido tres aspectos claves (Alunni & Llambías, 2018):

- Por un lado está el proceso de comunicación como elemento fundamental previo a la transformación, donde a todos los componentes de la empresa se les indica la necesidad y el objetivo de implementar los cambios dentro de la organización para hacerlos parte de la solución e incluso escuchar sus aportes, ideas y limitaciones para la implementación de estas nuevas soluciones.
 - En segundo lugar se encuentra la priorización de aquellos sectores donde se pueda iniciar el proceso de transformación, tal cual se mencionó previamente, comenzando con las áreas de apoyo antes de impactar el área medular de la organización.
 - En tercer lugar se encuentra la experiencia, pues como aspecto clave es fundamental tener un líder digital para lograr un proceso de transformación digital y aquellas personas con mayor experiencia en el área de cambio y/o en la digitalización de los procesos serán los encargados de planificar y supervisar la ejecución de las estrategias que permitan conducir la cultura y los procesos a la nueva era digital.

Una transformación digital afecta a todos los sectores económicos, en este caso no se trata del nivel de inclusión que tiene en las empresas que realizan su actividad económica en el área digital, sino que cualquier empresa de manufactura, de servicios, de ventas, se ve influenciada por la información y la necesidad de procesamiento de esa información (Curbelo).

Este hecho está modificando el perfil del empresario tradicional que organizaba todo su sistema productivo alrededor de la implantación de un sistema de gestión que le permitiera controlar toda la operación, pasando por un empresario emprendedor, dispuesto a asumir riesgos y ejecutar algunas innovaciones dentro del sistema productivo que ya está instalado para transformarse en un empresario de crecimiento acelerado que puede llegar a tener una expectativa de crecimiento y una disposición a asumir los riesgos mucho mayor que sus predecesores (Curbelo).

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO

La época de la transformación digital de las organizaciones representa un momento estratégico para el pensamiento del emprendedor, ya que este no solo puede aportar ideas para mejorar o extender las líneas de producción a partir de la incorporación óptima de tecnología en las empresas, convirtiéndose en promotores de emprendimientos empresariales que aporten mejores experiencias a los usuarios, sino que también se tiene la oportunidad de desarrollar nuevas organizaciones más ágiles, que participen en la promoción de tecnologías y soluciones tecnológicas para la sociedad y también para la industria tradicional. Convirtiéndose en ese efecto bola de nieve que permita crear espacios donde se impulse el cambio del modelo de pensamiento y desde allí el emprendimiento digital dentro y fuera de las empresas.

Sin embargo, es importante atender a las condiciones de cada industria, ya que la transformación digital nuevamente ha mostrado la brecha que existe entre las empresas y las regiones geográficas del mundo, por lo que la experiencia se vive de forma desigual en diferentes partes del mundo (Marbabu Mukiur, 2017).

La transformación digital puede representar una nueva oportunidad para fomentar el emprendimiento entre los jóvenes aportando educación y espacios para el desarrollo de ideas que impacten en soluciones a su comunidad, sobre todo en Latinoamérica donde cerca del 25% de los jóvenes no estudia ni trabaja de manera formal (Marbabu Mukiur, 2017).

A nivel del emprendimiento, el proceso de transformación digital genera nuevas oportunidades dentro de la sociedad como (Marbabu Mukieur, 2017):

- La incorporación de nuevas competencias al incluir nuevas técnicas para la ejecución de las actividades.
 - La creación de nuevas experiencias para el cliente, pasando de la tradicional satisfacción del cliente a una nueva realidad en la que el cliente interactúa y vive la experiencia del producto o servicio que recibe.
 - Promueve el emprendimiento con nuevas ideas, nuevas formas de resolver problemas tradicionales y activa un nuevo campo de innovación para solucionar los nuevos problemas que vienen con el proceso de digitalización.
 - Genera una nueva forma de adaptación al cambio que promueve rapidez en las respuestas para atender las necesidades personales y/o empresariales.
 - Aumenta la productividad mejorando tiempos de producción, calidad, minimizando errores y permitiendo elaborar estrategias directas al nicho de mercado que se desea atender.
 - Permite a las organizaciones aumentar su competitividad y participación en el mercado global, disminuyendo las barreras y los límites geográficos.
 - Promueve la continua innovación, por lo que la creatividad aumenta y hace que las personas estén continuamente buscando la forma de incorporar las soluciones a su vida personal y a sus proyectos emprendedores.
 - Aumenta la interacción, promoviendo mejoras en la comunicación entre la empresa o el emprendedor y sus consumidores, acercando la relación y entendiendo mejor las necesidades del cliente.

Así como se encuentran estas oportunidades, también hay una serie de desafíos que se deben atender para poder acceder e implementar un emprendimiento en un proceso de transformación digital (Marbabu Mukieur, 2017):

- Es necesario cerrar la brecha tecnológica, adaptando las infraestructuras para que las personas puedan acceder a los medios que le permitan conocer y utilizar las soluciones digitales.
 - Es necesario promover dentro de la organización y a nivel social una cultura digital con un pensamiento que se dirija a ubicar soluciones digitales para los pequeños problemas que se presentan en la vida diaria.
 - Es importante un acceso a una educación continuada, considerando que este es un factor clave para el éxito de los emprendimientos y que en el caso del mundo tecnológico requiere competencias técnicas específicas para poder desarrollar las soluciones.
 - Es importante poder realizar un seguimiento a las acciones que se estén realizando, con una clara definición de estrategias y objetivos que permita medir el momento en el que se ha alcanzado y así evaluar los avances en la implantación de la combinación de software digitales.
 - Ejecutar soluciones dirigidas a atender los problemas de la vida diaria con un foco en el emprendimiento social, más allá de una visión netamente corporativa.

Detallando un poco más las oportunidades que los emprendedores tienen en los nuevos modelos de negocio de la empresa, se puede acceder a participar en las áreas de creación, entrega y captura de valor, participando activamente en cualquiera de las etapas de estos modelos (Delgado Fernández, 2021):

- En el área de creación de valor se puede participar en el desarrollo, distribución y mantenimiento de la infraestructura necesaria para la conexión al ecosistema digital y para la creación de la nueva arquitectura empresarial, también en la medición de trazabilidad y la oferta de servicios basados en datos.
 - En el área de entrega de valor se pueden desarrollar los denominados productos inteligentes que mejoren la experiencia del cliente, la innovación con el uso de las diferentes plataformas digitales y el trabajo en el desarrollo de datos.
 - En el área de captura de valor se encuentra la participación en el desarrollo del comercio electrónico, optimización de costos de productos a partir del desarrollo de soluciones digitales o la incorporación de nuevos flujos de trabajo.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este artículo se realizó una investigación sistémica, según las directrices de la metodología prisma, para ello la prioridad de búsqueda de información se centró en aquellos artículos o documentos que trataran el tema del impacto de la transformación digital en los emprendimientos.

En este caso, se utilizaron las bases de datos del Sistema de Información Científica Redalyc y la base de datos SciELO (Scientific Electronic Library online).

Inicialmente, la búsqueda comenzó con los términos asociados a este artículo, es decir, en documentos que combinaran las palabras Transformación Digital y Emprendimiento.

Cuando se utilizó la base de datos SciELO, empleando las comillas para garantizar que la búsqueda arrojara resultados con la combinación de palabras solicitada y el operador booleano

and para que los resultados tuvieran todas las palabras, colocándolos de la siguiente manera en el buscador: “Transformación Digital” and “Emprendimiento”, el resultado de la búsqueda fue de cero coincidencias, por lo que se procede a la revisión de la base de datos de Redalyc.

En el caso de Redalyc, el motor de búsqueda es un poco más amplio por lo que no se puede acceder a una gran variedad de filtros como en SciELO, por esta razón, al colocar las palabras Transformación Digital Emprendimiento en el buscador arrojó 336.992 resultados en los que existían alguna de estas tres palabras. Sólo en el año 2021 se encontraron 5.489 artículos, de los cuales 3.614 se encuentran en español. Este resultado es muy elevado para la revisión, y un resultado elevado puede estar guiando a artículos de poca calidad en relación a lo que se busca.

Por esta razón, se procede a trasladar la búsqueda de Redalyc utilizando las bondades de Google Académico, en este caso, se ha colocado la siguiente referencia: “Transformación Digital” and “Emprendimiento” site:redalyc.org. Como se puede apreciar, se utilizaron nuevamente las comillas para garantizar un resultado con la combinación de palabras necesarias y el operador booleano and para garantizar que ubicara todos los términos solicitados, pero esta vez se agregó la instrucción site:redalyc.org para garantizar que la búsqueda que realizara Google Académico fuera en la base de datos seleccionada. Al realizar esta operación se encontraron 22 artículos que contienen esas palabras, pero al aplicar el filtro del título, resultó que ninguno tenía en su título esta combinación.

Es por ello que se decide usar un buscador de amplio espectro como Google Académico y dar la instrucción de búsqueda original, es decir, “Transformación digital” and “Emprendimiento”, obteniendo 5.250 resultados, filtrando por los últimos 5 años, ya que se tratan de temas que han sido más desarrollados en los últimos tiempos, el resultado es de 4.690 artículos. Al solicitar que estos términos se encontraran en el título la búsqueda arrojó cero coincidencias.

Con la búsqueda en estas tres bases de datos no se obtuvo resultados en los que las palabras Transformación Digital y Emprendimiento coincidieran en el título de algún documento publicado, sino que divagaban en el contenido de los artículos, sin tener alguna relación entre estas dos variables con las perspectiva que se va a utilizar en este artículo, por esta razón la búsqueda se reorientó, ya que ante la falta de referencias, la idea original de este artículo es trasladada a realizar una búsqueda de los términos “Transformación Digital” y “Emprendimiento” por separado y desde allí poder estudiar los puntos de encuentro entre ambos términos que permitan relacionar el impacto que una variable puede llegar a tener sobre la otra.

Una vez definida esta condición se comienza con la búsqueda en SciELO de la frase “Transformación Digital”, operación que arrojó 19 resultados, de los cuales 8 tienen la palabra en el título. En este caso, comienzan a exponerse los criterios de exclusión y es que como el desarrollo de este artículo es generar puntos de encuentro entre Transformación Digital y Emprendimiento, no se van a utilizar artículos o documentos con casos específicos de aplicación, sino que la búsqueda se centrará en los documentos que traten de forma general estas variables, a menos que la aplicación sea en Ecuador, caso en el que sí se va a incluir el documento seleccionado.

Aplicando este criterio de exclusión la búsqueda arrojó dos posibles artículos, de los cuales, después de leer el resumen se determinó que uno de ellos podía contribuir a esta investigación.

Nuevamente se aplica la búsqueda en Redalyc y el resultado es muy elevado, con 322.539 documentos de los cuales 211.947 están publicados en español.

Al buscar desde Google Académico aquellos artículos que estén publicados en la base de datos de Redalyc a partir de la instrucción “Transformación Digital” site:redalyc.org se consiguen 106 resultados, de los cuales 3 tenían la frase en el título y al aplicar el criterio de exclusión a los casos de aplicación, no quedó ningún documento válido para esta investigación.

Finalmente, se extiende la búsqueda a la base de datos de amplio espectro Google Académico y se obtienen 27.800 resultados a partir de la frase “Transformación Digital”, de estos, 1.840 tienen esta frase en el título, 1.500 han sido publicados desde el año 2017 (criterio de los últimos 5 años), y de aquí por el criterio de exclusión de la aplicabilidad, se han seleccionado 37 artículos que servirán de punto de partida para esta investigación.

Se lleva a cabo el mismo procedimiento con la palabra Emprendimiento en SciELO y se obtienen 403 resultados, de los cuales 117 tiene el término emprendimiento el título y 84 fueron desarrollados en los últimos cinco años, al realizar una revisión de los títulos aplicando los criterios de exclusión, se obtuvieron diez artículos que fueron utilizados para este desarrollo.

Al realizar la búsqueda de la palabra “emprendimiento” en Redalyc el resultado nuevamente fue muy elevado, arrojando 53.608 artículos, de los cuales 51.942 se encuentran en español.

Por último se procede a realizar la búsqueda a través de Google Académico direccionando al site:redalyc.org y el resultado fue de 3.180 documentos, de los cuales 171 tienen la palabra emprendimiento en el título, 65 de ellos fue creado en los últimos 5 años y al hacer la exclusión por

el título se obtienen diez artículos que fueron utilizados para este documento.

Con el análisis de los contenidos presentados en la documentación de la búsqueda se ha desarrollado una investigación que aporta claves para incorporar los emprendimientos en la transformación digital.

CONCLUSIONES

La incorporación plena de las tecnologías digitales a los procesos productivos de las empresas y a la interacción diaria entre las personas es ya un hecho que parecía un cuento de ciencia ficción para inicios del siglo XXI, acelerando cambios en la forma de percibir las cosas y de desarrollar el trabajo. Esta situación lleva a la necesidad de crear soluciones que permitan a las empresas y a las personas incorporarse al mundo digital a partir de una estrategia que les permita desarrollar soluciones que las impulsen en el mercado competitivo global.

En este punto es importante destacar que un proceso de transformación digital no trata de incorporar un nuevo software para la gestión de la organización, sino que se trata de incorporar nuevas soluciones a partir de una combinación óptima de softwares o aplicaciones dirigidas a mejorar diferentes procesos dentro de la organización.

Para alcanzar este objetivo, es importante que el modelo de pensamiento se convierta en un pensamiento disruptivo, que pase del modelo analógico de solución de problemas que trataba de atender las necesidades con la incorporación o rotación de personal o con la implementación de un sistema de gestión, a un modelo digital, que incorpore la tecnología para atender los inconvenientes y desde allí, aumentar los niveles de productividad u ofrecer soluciones innovadoras a procesos que antes se realizaban sin el apoyo de las herramientas digitales.

Es por eso que, ante esta necesidad de un modelo de pensamiento digital, aparece la figura del emprendedor como impulsor de soluciones en la era actual, en la cual bien sea en su figura de emprendedor empresarial o emprendedor individual pueda ofrecer alternativas que trasladen a la empresa a este nuevo nivel de producción.

Es importante destacar que este proceso de transformación no puede ser ejecutado como una implantación inmediata, sino que se trata de desarrollar una estrategia digital que le permita llevar a cabo los cambios necesarios en diferentes etapas, que estos cambios generen resultados visibles desde la implantación de la

primera etapa y que además permanezcan abiertos a la incorporación de nuevas formas de desarrollo para garantizar la sostenibilidad en el tiempo para la organización.

Es por esta razón que es imprescindible la incorporación de un modelo ágil y flexible para que los cambios puedan ser ejecutados.

En este punto, se encuentran dos de los elementos claves en ambos procesos, el del emprendimiento y en el de transformación digital, y es que la educación representa una de las claves para el desarrollo de la empresa actual y la motivación y mentalidad de crecimiento conducen a desarrollar a partir de los conocimientos y experiencias las nuevas formas de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alunni, L., & Llambías, N. (Julio de 2018). Explorando la Transformación Digital Desde Adentro. *Palermo Business Review* (Número 17), pp. 11-30.
- Alvarado López, R., Jiménez Soto, C., Sánchez Bustamante, B., & Ponce Ochoa, P. (Junio de 2019). En Rol del Capital Humano en el Emprendimiento Regional en Ecuador: Un Enfoque Usando Métodos Espaciales. *Revista Paradigma Económico, Revista de Economía Regional y Sectorial, Volumen 11(Número 1)*, pp 75-100.
- Curbelo, J. L. (s.f.). Competir en la Transformación Digital. Instituto de Políticas y Bienes Públicos, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Delgado Fernández, T. (Abril de 2021). Transformación Digital Empresarial: Modelos y Mecanismos Para su Adopción. *Revista Cubana de Transformación Digital, Volumen 2(Número 2)*, pp 01-08.
- Ferreto Gutiérrez, E., Lafuente, E., & Leiva, J. C. (Noviembre de 2018). Capital Humano y factores Sociológicos como Determinantes del Emprendimiento. *Revista TEC Empresarial, Volumen 12(Número 3)*, pp 43 - 49.
- Gil Gaytán, O. L. (Marzo de 2017). Asociación Entre el Perfil del Empresario y el Éxito en el Emprendimiento Internacional. *Revista Paakat: revista de Tecnología y Sociedad, Volumen 7(Número 12)*, 14.
- Gómez Zuluaga, M. E. (Mayo de 2019). Emprendimiento de Base Tecnológica: Un Reto Por Cumplir. *Revista TEC Empresarial, Volumen 13(Número 2)*, pp 33-44.
- Marbabu Mukiur, R. (Abril de 2017). La Transformación Digital y el Emprendimiento de los Jóvenes de Iberoamérica. *revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derechos del Empleo, Volumen 5(Número 2)*, 22.
- Muñoz Sastre, D., Sebastián Morillas, A., & Núñez Cansado, M. (Abril de 2019). La Cultura Corporativa: Claves Para la Palanca de la Verdadera Transformación Digital. *Revista Prisma Social(Número 25)*, pp 439-463.
- Oliva Abarca, J. E. (Septiembre de 2017). Factores, Condiciones y Contexto del Emprendimiento Cultural. *Revista Nova Scientia, Revista de Investigación de la Universidad de la Salle Bajío, Volumen 10(Número 20)*, pp 442-464.
- Pozo Ceballos, S., & Ferreiro Molero, Á. (2020). El Emprendimiento y el Control Interno con una Perspectiva Sistémica. *Revisión Bibliográfica. Universidad de la Habana / Banco Internacional de Comercio S. A., La Habana.*
- Ruiz-Falcó Rojas, F. (Junio de 2019). Análisis Empírico de la Transformación Digital en las Organizaciones. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC), Volumen 6(Número 1)*, pp 35-52.
- Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landaeta, J. M. (Enero de 2020). Las Motivaciones, Competencias y Factores de Éxito Para el Emprendimiento y su Impacto en el desempeño Empresarial. un Análisis en mas MIPYMES en el estado de Querétaro, México. *Revista Contaduría y Administración, Volumen 66(Número 1)*, pp 1-26.
- Zapata, G., Fernández López, S., & Neira Gómez, I. (Enero de 2018). El Emprendimiento Tecnológico en Suramérica: Una Aproximación a sus Determinantes Individuales. (F. México, Ed.) *Perfiles Latinoamericanos, Volumen 26(Número 52)*, 20.