



Artículo Original

DOI: //doi.org/10.22463/27111121.3041

## Las Tecnologías Digitales: El Futuro del Comercio Internacional.

Digital Technologies: The Future of International Trade

William Rodrigo Avendaño-Castro <sup>a\*</sup>, Yakeline Manosalva-Barragán <sup>b</sup>

<sup>a\*</sup> Doctor en Ciencias Sociales y Humanas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Docente investigador, [williamavendano@ufps.edu.co](mailto:williamavendano@ufps.edu.co), Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

<sup>b</sup> Profesional (c) en Comercio Internacional, [yakelinemb@ufps.edu.co](mailto:yakelinemb@ufps.edu.co), Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

**Cómo citar:** Avendaño Castro, W.R, Manosalva Barragán, Y. (2020). Las Tecnologías Digitales: El Futuro del Comercio Internacional. Revista Visión Internacional (Cúcuta), 3(1), 77-85, //doi.org/10.22463/27111121.3041.

Recibido: septiembre 12,2019; Aceptado: octubre 15, 2019

### RESUMEN

**Palabras clave:** Comercio Internacional, Demanda, Oferta, Tecnología digital

La presente investigación tiene como prioridad demostrar la importancia de las tecnologías digitales en el futuro del Comercio Internacional y como influyen positiva o negativamente en la economía de las naciones. De la misma manera, se analiza las implicaciones del mundo electrónico en la oferta y demanda de bienes, servicios y productos, debido a que su consolidación a nivel mundial como tendencia de comercializar a través de lo digital. Para la realización de la investigación se han tenido en cuenta artículos científicos con relación al Comercio Internacional y a las innovaciones en tecnologías digitales; a partir de la información recolectada en el presente estudio, se ha determinado que las empresas requieren actualizarse a las nuevas tecnologías digitales, con la finalidad de responder satisfactoriamente a las necesidades de las personas.

### ABSTRACT

**Keywords:** International Trade, Demand, Supply, Digital Technology

The present research has as a priority to demonstrate the importance of digital technologies in the future of International Trade and how they influence positively or negatively on the economy of nations. In the same way, the implications of the electronic world on the supply and demand of goods, services and products are analyzed, due to its consolidation worldwide as a trend to commercialize through digital. Scientific articles related to International Trade and innovations in digital technologies have been taken into account to carry out the research; From the information collected in this study, it has been determined that companies need to update to new digital technologies, in order to respond satisfactorily to people's needs.

### Introducción

En la actualidad, las tecnologías digitales han tenido un vínculo estrecho con el Comercio Internacional al servir de puente en el comportamiento de las personas y de las empresas; siendo necesario conocer estos cambios que en un futuro cercano tendrán mayor desarrollo en la sociedad.

En primer lugar se encuentran las personas, quienes son un pilar fundamental para las organizaciones al ser los que adquieren los productos existentes en el mercado, razón por la

cual, se debe conocer su comportamiento en relación a la demanda, con el fin de que las empresas mejoren las estrategias que le permiten acceder a ellos. Según la Organización Mundial del Comercio(2018) entre los principales cambios se encuentran: la forma de compra tanto por redes sociales como por Ecommerce, las nuevas formas de pago como el electrónico y las nuevas exigencias del consumidor, su simplicidad y seguridad en la compra.

De la misma manera, las tecnologías digitales influyen en las organizaciones principalmente en la reducción de sus costos,

\*Autor de Correspondencia.

E-mail: [williamavendano@ufps.edu.co](mailto:williamavendano@ufps.edu.co)

(William Rodrigo Avendaño-Castro)



brindan una más rápida y eficiente distribución y optimizan la producción engeneral; sin embargo, debido a la transformación digital se presentan algunos puntos críticos en cuanto al robo de información y de propiedad intelectual, reducción de productividad y debilitamiento de algunos sectores nacionales, (Sanabria et al, 2016).

En consecuencia, se requiere analizar los diferentes puntos de vista encontrados sobre la trayectoria del Comercio Internacional y de la participación de las tecnologías digitales en este campo, en virtud de que conocer la existencia de sus ventajas como desventajas y como afectan a la oferta y la demanda, porque el proceso de transformación del Comercio Internacional se ha acelerado debido a la participación de las tecnologías digitales.

### **Metodología**

La investigación de “Las Tecnologías Digitales: El Futuro del Comercio Internacional,” es una revisión documental que siguió una metodología cualitativa, Hernández et al, (2014), en la cual se desarrolló la revisión sistemática de literatura y documentos abordados desde la postura hermenéutica referida por Martínez (2006). Allí se examinaron escritos y artículos de investigación alojados en bases de datos confiables en su contenido como son: Dialnet, Scielo, Redalyc y ScienceDirect y; Google académico.

A partir de la revisión sistemática de literatura, se pudo interpretar información vinculada con las transformaciones presentes en el Comercio Internacional generadas por las tecnologías digitales; sus características para proceder a la toma decisiones que sean útiles por las empresas con enfoque internacional; además de diferentes aspectos que identificaron las ventajas y desventajas de las tecnologías digitales respecto al Comercio Internacional.

### **Importancia de la Tecnología Digital**

Hoy en día, la tecnología agiliza realizar actividades del diario vivir, ya que se puede vincular en diversas áreas como: educación, comercio, economía, entre otras, en las que se facilitan cada uno de los procesos, sea cualquiera la actividad a realizar, (Hernández et al., 2018). Sin embargo, a lo largo de la historia los seres humanos muchas de sus necesidades han ido cambiando con el tiempo, por lo que es importante interiorizar en el tema para comprender mejor el uso que tiene y tendrá la tecnología digital.

El termino tecnología, es básicamente la fusión de la ciencia y la ingeniería para la fabricación de bienes y/o servicios que satisfacen las necesidades individuales y aspiraciones del ser humano, donde, las actividades relacionadas con tecnología han influenciado en el avance social y económico de cada nación; sin embargo, cuando se aplica comercialmente hablando se puede lograrla satisfacción no solo las necesidades que son esenciales, sino de los deseos propios de cada persona.(Leyva et al., 2020).

El enfoque de querer satisfacer las necesidades de las personas, puede incentivar a las empresas al uso no sostenible del medio ambiente para la creación de estos bienes y servicios para su propio provecho, siendo necesario la toma de conciencia y actuar responsablemente para lograr que el Comercio nacional o internacional tenga impacto positivo social. (Naciones Unidas, 2020).

Por cuanto, ciertas tecnologías del ser humano al ser usadas intensivamente han causado que se agote y degrade los recursos que son naturales al planeta; y con la entrada de una nueva era donde surgen grandes innovaciones en base a Internet, se debe vincular con responsabilidad social y ambiental para que exista un equilibrio entre los intereses propios y de los demás.

## **Tecnologías digitales del siglo XXI en auge**

El desarrollo tecnológico del siglo XXI ha traído consigo elaboración de máquinas innovadoras que están cambiando la manera de hacer las cosas; entre las más destacadas se encuentra la robótica, según Córdova y González (2019) es una ciencia o rama de la tecnología, que estudia el diseño y construcción de máquinas que tienen la capacidad de realizar labores humanas.

Otra de las innovaciones es la inteligencia artificial, descrita por Ancos (2019) como un programa de computación diseñado para la realización de ciertas acciones que son propias de la inteligencia humana, entre ellas está autoaprendizaje y toma de decisiones que permite en cierta manera la automatización para la elaboración de las cosas, haciendo más ameno el diario vivir.

Asimismo, se encuentran las impresiones 3D y el internet de las cosas, que están transformado algunas actividades laborales, debido a la practicidad y automatización en las cadenas de suministros, en procesos de fabricación y distribución, desempeñando un papel muy importante en el Comercio debido al desarrollo de empresas inteligentes que manejan tecnológicamente todos sus procesos de inventarios y seguimiento.

En consecuencia, los diferentes cambios que se están conllevando las tecnologías digitales y que están contribuyendo a la competitividad de las naciones, requieren de un análisis previo de las necesidades tecnológicas de cada empresa en particular para acudir al diseño de un plan estratégico que se alinee con los objetivos empresariales, implementándose un nuevo modelo de negocios.

## **Tendencias tecnológicas en el Comercio Internacional**

En la realización de las operaciones que involucran el comercio internacional entre países, se ha visualizado grandes beneficios de cada nación participante, porque logran que sus productos estén bien posicionados al ingresar a nuevos mercados, generando un constante movimiento de bienes y servicios gracias a los procesos tecnológicos que han participado activamente en los diferentes trayectos que implica el comercio, impactando favorablemente los costos del proceso comercial y su expansión a nivel internacional, (Díaz, 2017).

Por lo tanto, las innovaciones tecnológicas han facilitado las operaciones comerciales, logrando el control eficaz de los envíos, a través del seguimiento por aplicaciones como ParcelTrack y Deliveries, que permiten al usuario estar actualizado sobre el estado de su envío en tiempo real, y simultáneamente puede acceder a la información importante del contenedor donde se encuentra la mercancía; compartiendo y administrando la documentación que se requiere de una forma más ágil y práctica. (Caballero et al, 2018).

Igualmente, existen plataformas informáticas que ayudan en los trámites que hacen parte del comercio internacional, flexibilizando las operaciones por parte de exportadores, importadores y demás organismos como lo hace SISCOMEX “Sistema Integrado de Comercio Exterior”, que es una herramienta que consolida registros, seguimiento y control del comercio internacional a través de un único flujo de información computarizado donde todo se realiza a través del sistema. (Fasecolda, n.d.).

Asimismo, el Comercio Internacional está flexibilizándose en cuanto al modo de encontrar y atraer clientes del exterior, debido al gran alcance que tienen los portales corporativos en Internet, diferenciándose de los sitios web porque los portales son un espacio donde se

integra información confidencial al tener un acceso restringido, generando tranquilidad a los clientes y proveedores en cada uno de sus procesos.

Otra de las tendencias tecnológicas influyentes del comercio internacional son las aplicaciones de inteligencia artificial como google Adwords o Facebook Ads, que permiten a empresas publicar sus productos por medio de anuncios, generando más visitas en las páginas web de cada entidad, promocionar sus productos y obtener más clientes en unos clics.(Galán, 2017).

Lo previo, se ejecuta por medio de la inteligencia artificial instaurada en el marketing, cuyas aplicaciones mencionadas se encargan de analizar grandes datos o Big Data vinculando las tecnologías digitales para hacer que estos datos sean más efectivos a la hora de encontrar clientes.

Las tecnologías digitales en el comportamiento de la demanda

Los avances que ha tenido la tecnología en el mundo permiten al consumidor adoptar nuevos estándares de comportamiento en la adquisición de bienes o solicitar algún servicio; Gayán(2016), resalta que los cambios más destacados se encuentran en la compra en línea, pago en línea y la logística digital, gracias al uso de Internet que permite a las personas tener un rápido acceso a la información de los productos y servicios que necesitan, además de comparar no solo tipos de productos sino también precios.

El impacto de las tecnologías digitales en el comportamiento de la demanda ha sido significativo, por su simplicidad y rapidez con la que se puede actuar en el comercio, siendo un ejemplo claro la forma en que los consumidores están interactuando con empresas, ellos lo hacen a través del comercio electrónico y por el auge de diferentes redes sociales. (Mónaco, 2018).

Generalmente, las personas han tenido necesidad de aprender a usar plataformas virtuales para acceder a sus compras, siendo para algunos una tarea muy compleja al inicio y luego con la práctica esta experiencia mejora. Se han originado nuevos productos tecnológicos a los que las personas pueden tener acceso, según el profesor Donald Lehmann, de la Universidad de Columbia, citado por Gómez(2015)los denomina “producto realmente nuevo”, por ser innovaciones tecnológicas que llegan a las personas en todo el mundo a través del Comercio Internacional.

Por otra parte, al aumentarse la capacidad de compra se requiere de empresas que innoven continuamente para atraer nuevos clientes y lograr su fidelización, especialmente, tomando en cuenta que el comportamiento de compra está siendo influenciado por diferentes canales y herramientas tecnológicas, conllevando a diversificar la oferta y la forma en cómo llegar al cliente final.

Cabe destacar que los consumidores requieren medidas preventivas para proteger sus datos personales y mantener integridad de sus compras en línea, resguardándose toda la información que sea valiosa por procesos de encriptamiento para no estar al alcance de hackers y ciberdelincuentes, lográndose de esta manera, la confianza por parte del comprador y estar confiados en la seguridad de los datos en la organización.

Finalmente, se deduce que a causa de los avances tecnológicos y su adopción por parte de la humanidad, se seguirán definiendo y remodelando los procesos de compra; siendo, responsabilidad de las empresas tener cada vez más integración a éstos conceptos para rediseñar sus procesos productivos y de comercialización; según Perdígón et al (2019), se requiere de innovar cuando sea necesario para tener éxito en el panorama actual, afrontando positivamente a las críticas y conseguir por ende la satisfacción de los clientes.

## **Influencia de las tecnologías digitales en las empresas**

Para González (2016) con las tecnologías digitales han surgido nuevos modelos de negocio, basados primordialmente en ventas on-line; logrando que mediante diversas plataformas se llegue a más personas desde el nivel nacional sino que es una forma más rápida y fácil de expandirse al mundo entero, todo gracias al rápido aumento del acceso a Internet en los últimos años.

El vínculo de relación entre el campo tecnológico y las empresas puede garantizar un equilibrio en las diferentes etapas de producción de ambas, permitiendo al mismo tiempo la innovación en los productos, en la forma de negociación, la relación con clientes y en la seguridad brindada a los actores del proceso comercial. Permitiendo una fidelización por parte de los clientes, al brindarse una mejor atención, fortaleciendo la imagen de la organización y aumentar su rentabilidad, empresa, beneficiando a todos sus miembros.(González & Aguilar, 2018).

En ese sentido, se requiere de inversión tecnológica en las empresas para mejorar y no estancarse en el proceso, porque las tecnologías digitales cada vez más están marcando tendencia e impactando en la forma de negociación y vinculación con los clientes,(Raso, 2016).El cambio tecnológico debe darse sin mirar el tamaño de la empresa, actualmente, existen muchas soluciones tecnológicas que se adaptan a las necesidades de cada organización, simplemente es necesario asesorarse de manera correcta para determinar los requerimientos tecnológicos de la compañía.

La tecnología y empresas en conjunto han permitido que muchas organizaciones por medio de diversas herramientas digitales sean más innovadoras, productivas y competitivas, garantizando el éxito y facilitando cada uno los

procesos productivos. Con este auge tecnológico y los cambios ocasionados se han reducido significativamente los costos en comparación con aquellas empresas que no han tomado la iniciativa de vincularse con el mundo digital. (Martínez, 2018).

Un ejemplo a lo previo, puede apreciarse cuando las empresas manejaban grandes volúmenes de documentos que eran archivados, generando costos de papelería, almacenaje y de personal que se ocupara de manejarlos; sin embargo, con los avances en tecnología estos procesos fueron cambiando al poderse manejar los documentos digitalmente, archivándolos en la nube o en drives y facilitando al mismo tiempo la obtención de información.

Por otro lado, las organizaciones han mejorado su logística de entrega, García(2016), plantea que se está permitiendo el flujo de información a tiempo real a sus clientes, debido a que cada innovación a nivel de las herramientas digitales disponibles, garantizan una mejor experiencia al consumidor en todas las etapas de compra de un producto o servicio.

Otro aspecto influyente, es la relación de las tecnologías digitales con el cuidado del medio ambiente a nivel internacional, empresas como Apple destacan por implementar energías renovables (solar y eólica) para su funcionamiento organizacional, siendo ésta una de las más influyentes en responsabilidad ambiental operando al 100% con estas energías limpias,(Apple, 2018).

En cuanto a tecnologías influyentes, en Norte de Santander, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, está trabajando de la mano con la Universidad Francisco de Paula Santander con un laboratorio de fabricación digital con el fin de promover la innovación y el emprendimiento teniendo en cuenta las tecnologías digitales para soportar el futuro de la economía, el medio ambiente, el comercio y muchas áreas más.(La Opinión, 2020).

## Puntos críticos de la transformación digital

Los cambios tecnológicos han contribuido en la productividad dentro de las organizaciones, Mohedano(2017) dice que las tecnologías digitales han generado beneficios significativos, aunque al mismo tiempo ha conseguido que su productividad disminuya, propiciando unos puntos críticos que requieren un pronto accionar para su oportuna solución.

Uno de ellos, la nueva economía centrada en la tecnología hace que las empresas tengan información de gran valor en línea, García et al(2016), afirma que estos datos pueden no estar tan seguros como en archivos de papel, generándose ciertas amenazas de seguridad, incluidos los virus y problemas de software y hardware, aunado al robo de propiedad intelectual. Por estos efectos negativos, se hace indispensable que empresas, clientes y proveedores, tomen conciencia del tema para acceder a sitios que sean confiables y seguros.

Otra problemática que afecta a empresas y sus empleados que las nuevas tecnologías traen consigo incertidumbre y sobrecarga laboral, generando estrés y tensión para aquellos que aún no logran adaptarse en el área laboral e incluso familiar y personal. Para ello, es necesario poner límites de tareas a realizar y capacitaciones en temas tecnológicos con el fin adaptarlos a la nueva era digital.(Lozano et al, 2016).

Otro punto a destacar que impacta negativamente a las empresas, es la facilidad en la que sus empleados reducen su productividad debido al acceso que se tiene a las diferentes redes sociales que los entretienen, requiriéndose de medidas preventivas con el fin de evitar estas distracciones; se requiere que las empresas tomen control de sus empleado, diferenciando las diferentes formas de control y gestión de la información porque el objetivo es que dichas prácticas no afecten a la estabilidad de los trabajadores y su privacidad.(Ibujés, 2018).

## Discusión

Las transformaciones que se están originando gracias a las tecnologías digitales, evidenciado en la presente investigación, están generando grandes ventajas para las economías de los diferentes países en los cuales se están implementando con mayor énfasis; siendo necesario que las empresas grandes, medianas, pequeñas o micros, rediseñen sus estrategias para llegar al cliente.

Actualmente, existen empresas que le han apostado a las tecnologías digitales porque saben que son el futuro del comercio internacional, además, la Cámara de Comercio de Cúcuta (2020), ha indicado que “hay que cerrar las brechas digitales para acceder a los nuevos compradores digitales”, con el fin de lograr los diversos beneficios que éstas traen a los procesos de intercambio comercial.

Uno de los impactos económicos es en los costos, los cuales, han disminuido significativamente para los empresarios que se han introducido en éste nuevo reto; entre los principales se encuentran costes de transporte y de transacción, seguidamente los relacionados con logística, inteligencia de mercado y marketing, haciendo que las proyecciones pasen en cambiar a un modelo tecnológico empresarial para aumentar los beneficios económicos.

Un beneficio que se deriva del previo, es darse a conocer a un mayor número de personas que podrán ser sus potenciales clientes debido a que gracias a internet llega a todos los países posibles; trayendo consigo aportes favorables al país al incrementarse las exportaciones de más empresas y contribuyan al superávit de la balanza comercial,(Díaz, 2014).

Adicionalmente, la inteligencia artificial, robotización, Internet de las cosas, GPS, entre otros avances tecnológicos han permitido la optimización en los procesos productivos, logísticos y de marketing; aumentando la eficiencia de cada operación, teniendo

información en tiempo real en los envíos, marketing, productividad, entre otros; aumentando la seguridad cibernética y permitiendo ser sostenibles en el tiempo, soportado en las prestaciones de las tecnologías digitales que permiten unificar un gran número de beneficios.(Dominguez & Hernández, 2017).

En relación a la sostenibilidad ambiental, las empresas pueden ser partícipes en éste gran reto y compromiso con el mundo, por cuanto al implementar las tecnologías digitales las organizaciones han logrado realizar en su cadena abastecimiento, productiva y de distribución, procesos más limpios que contribuyen al cuidado del entorno físico.

Se puede destacar, la implementación de energías renovables como solar y eólica; destacando a nivel internacional la empresa Apple que se ha caracterizado por usarlas, logrando el premio al liderazgo en energía verde llamado Green Power Leadership, siendo esta un buen referente a seguir, ya que opera al 100% con energía renovable.(Apple, 2018).

Las empresas no tienen mayores razones para no aplicar las tecnologías digitales, aunque existen algunas dificultades como incertidumbre al introducirse en este campo tecnológico como son las amenazas de seguridad, robo de propiedad intelectual y baja productividad, estos casos se pueden mejorar adquiriendo conocimiento al respecto y asesorándose con el fin de contrarrestar estas problemáticas que no son comparables con los beneficios que son aún mayores.

### Conclusiones

Las tecnologías digitales son el futuro prometedor para las empresas, requiriéndose de un cambio tecnológico de acuerdo a las necesidades de cada sector y de cada empresa en particular, con el fin de aprovechar al máximo los beneficios que trae consigo estos avances.

Los tiempos actuales son de innovar para lograr el éxito, donde, las tecnologías digitales destacan para soportar el realizar transformaciones en el campo interno de la empresa en áreas como el abastecimiento, en la producción y en la gestión administrativa; mientras en el campo externo, apoya actividades relacionadas con logística, marketing y operaciones aduaneras.

Asimismo, se puede concluir que las tecnologías digitales intervienen en las iniciativas de compra y requiere que las empresas trasciendan al sitio web donde las personas puedan acceder a los productos que desean, sino integrar aplicativos que permitan mejorar esa experiencia de compra, por ejemplo, la inteligencia artificial.(Guaña et al, 2017).

El futuro de toda empresa se encuentra en la tecnología digital, por eso todo aquel que desee incursionar en el comercio internacional, debe afrontar este nuevo reto sin dejar a un lado los problemas que este conlleva, los cuales, hay que saberlos manejar para no caer en el emocionalismo digital. Sin embargo, muchas empresas ya lo están haciendo, logrando con ellos el éxito deseado, así que es hora de ser parte del cambio.

### Referencias Bibliográficas

- Ancos. (2019). Inteligencia Artificial y Responsabilidad Social Corporativa: nueva serie en Agora | Agora: Inteligencia Colectiva para la Sostenibilidad.  
<https://www.agorarsc.org/inteligencia-artificial-y-responsabilidad-social-corporativa-nueva-serie-en-agera/>
- Apple. (2018). Apple utiliza ya energía 100 % renovable en todo el mundo - Apple (ES).  
<https://www.apple.com/es/newsroom/2018/04/apple-now-globally-powered-by-100-percent-renewable-energy/>

- Caballero et al. (2018). Ciberseguridad: las aplicaciones de rastreo de vuelos bajo la percepción del turista - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6804004>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2020). CAMARA DE COMERCIO DE CUCUTA - Noticias. <http://www.cccucuta.org.co/noticias-7-m/1501-la-tecnologia-hace-crecer-las-empresas-pequenas%3A-elizabeth-blandon.htm>
- Cordova, Y. & Gonçalves, E. (n.d.). Rosie, la robot que trabaja por la responsabilidad social del sector público. 2019. Retrieved July 12, 2020, from <https://blogs.worldbank.org/es/rosie-robot-responsabilidad-social-en-un-tweet>
- Díaz. (2014). Análisis reflexivo de la importancia de la Tecnología en el Crecimiento Económico de los Países - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5771004>
- Díaz. (2017). Tecnologías de la información y comunicación y crecimiento económico. *Economía Informa*, 405, 30–45. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2017.07.002>
- Dominguez & Hernández. (2017). Transformación digital y tecnológica - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6519653>
- Fasecolda. (n.d.). Sistemas de información – Fasecolda. Retrieved July 14, 2020, from <https://fasecolda.com/ramos/transporte/sistemas-de-informacion/>
- Galán. (2017). ¿AdWords y Ads para servicios?: Estrategia: ¿Te interesa anunciarte en Google y Facebook al empezar? - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6059215>
- García. (2016). Aplicaciones tecnológicas en la logística de transportes portuarios. *Las terminales de contenedores. Revista Transporte y Territorio*, 14(14), 5–26. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5560583&info=resumen&idoma=ENG>
- García et al. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. *Un estudio empírico. Estudios Gerenciales*, 32(141), 326–335. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- Gayán. (2016). De compras por Internet: El comercio electrónico elevó sus ventas en España en 2016 un 20,8 por ciento - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6140053>
- Gómez. (2015). 30012015Administración del producto 4ed Lehmann. [https://www.academia.edu/16276001/30012015Administración\\_del\\_producto\\_4ed\\_Lehmann](https://www.academia.edu/16276001/30012015Administración_del_producto_4ed_Lehmann)
- González. (2016). La innovación en nuevos modelos de negocio digitales - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5808321>
- González & Aguilar. (2018). Un paso más hacia la fidelización: cuando la experiencia del cliente se alía con la digitalización - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6559258>
- Guaña et al. (2017). *Ciencias Holguín. Ciencias Holguín*, 23(2), 1–17. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181550959002>



- Guzmán et al. (2018). Comercio electrónico como herramienta complementaria en las pymes en México. In Semestral) Granada (España) Época II Año XVIII Número (Vol. 18, Issue 2). Universidad de Granada. <http://www.eticanet.org>
- Hernández S., R., & Fernandez, C. y. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Ibujés. (2018). Contribution of technology to the productivity of small and medium-sized enterprises in the textile industry in Ecuador. Cuadernos de Economía, 41(115), 140–150. <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2017.05.002>
- La Opinión. (2020). UFPS contará con Laboratorio de Fabricación Digital. <https://www.laopinion.com.co/tecnologia/ufps-contara-con-laboratorio-de-fabricacion-digital-195829>
- Leyva Carreras, A. B., Espejel Blanco, J. E., & Cavazos Arroyo, J. (2020). Human capital performance and its effect on the technological innovation capacity of SMEs. Innovar, 30(76), 25–36. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n76.85192>
- Lozano et al. (2016). Apropiación tecnológica de facilitadores de capacitación a través del empleo de Objetos de Aprendizaje en acceso abierto - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5693471>
- Martínez M., M. (2006). Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa. México: Trillas.
- Martínez. (2018). Capacidad de absorción y tecnología flexible: influencias en empresas innovadoras - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6538552>
- Mohedano. (2017). Tecnología y productividad - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6290675>
- Mónaco. (2018). La utilización del marketing... Redmarka: Revista Académica de Marketing Aplicado, ISSN-e 1852-2300, n. 20, 2018, Págs. 135-173, 20(20), 135–173. <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.020.4832>
- Nations, U. (n.d.). Influencia de las tecnologías digitales | Naciones Unidas. Retrieved July 12, 2020, from <https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>
- Organización Mundial del Comercio. (2018). Informe sobre el comercio mundial 2018 - El futuro del comercio mundial: cómo las tecnologías digitales están transformando el comercio mundial. [www.wto.org](http://www.wto.org)
- Perdigón et al. (2019). Estrategias de Marketing Digital en Empresas E-Commerce: Un acercamiento a la perspectiva del consumidor. 593 Digital Publisher CEIT, ISSN-e 2588-0705, Vol. 4, No. 5-1, 2019 (Ejemplar Dedicado a: Administration), Págs. 108-122, 4(5), 108–122. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1>
- Raso. (2016). Nuevas tecnologías al servicio del cliente - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7389422>
- Sanabria et al. (2016). Comercio electrónico y nivel de ventas en las MiPyMEs del sector comercio, industria y servicios de Ibagué.