



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i1.1755>

Ciencias económicas y empresariales  
Artículo de revisión

## *Los negocios digitales y su importancia en la era actual*

### *E-business and its importance in the current era*

### *Negócios digitais e sua importância na era atual*

Shirley Tatiana Campos-Sánchez <sup>I</sup>  
[tatianainacampos@gmail.com](mailto:tatianainacampos@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-6128-5319>

Carlos Antonio Cedeño-Palacios <sup>II</sup>  
[carloscedenopalacios@gmail.com](mailto:carloscedenopalacios@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-7072-8097>

Yury Vladimir Palma-García <sup>III</sup>  
[yurypalma@yahoo.es](mailto:yurypalma@yahoo.es)  
<https://orcid.org/0000-0002-1422-2072>

Venus Sofía Campos-Sánchez <sup>IV</sup>  
[c.venussofia@yahoo.com](mailto:c.venussofia@yahoo.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-3345-4338>

**Correspondencia:** [tatianainacampos@gmail.com](mailto:tatianainacampos@gmail.com)

\***Recibido:** 20 de enero de 2021 \***Aceptado:** 04 de febrero de 2021 \* **Publicado:** 25 de febrero del 2021

- I. Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor, Licenciada en Ciencias de la Educación, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí, Estudiante de la Maestría de Investigación en Desarrollo Local/Instituto de Posgrado/Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- II. Magister en Administración de Empresas, Economista de la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- III. Magíster en Gerencia Educativa (Artes), Licenciado en Música, Docente de la Carrera de Pedagogía Musical de la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- IV. Magister en Gerencia Educativa, Especialización en Liderazgo Educativo, Licenciada en Música de la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.

## Resumen

En esta investigación se aborda el análisis de la importancia de los negocios digitales en la actualidad y el proceso de transformación de las empresas tradicionales a negocios digitales; la investigación fue documental de tipo descriptiva con un alcance exploratorio; en ella se analizó documentación científica y documentos oficiales de diferentes gobiernos, organismos e instituciones educativas de educación superior; principalmente sobre negocios digitales, la era digital y efectos del COVID 19 en la manera de hacer negocios, y procesos de transformación de los modelos de negocios. El objetivo de esta investigación fue analizar la importancia de los negocios digitales en la actualidad, así como el proceso de transformación de los negocios tradicionales en negocios digitales. Como resultado de este análisis se observa la estrecha relación entre acontecimientos catastróficos y el cambio forzoso de los modelos de negocios especialmente en los denominados países del tercer mundo; determinándose la necesidad de una cultura flexible y medios tecnológicos disponibles para poder realizar estos cambios necesarios en la era digital en la que la humanidad vive hoy.

**Palabras claves:** Negocios digitales; COVID 19; transformación; negocios tradicionales.

## Abstract

This research addresses the analysis of the importance of e-business today and the transformation process caused by the digital age from traditional companies to e-businesses; This research was exploratory and descriptive documentary with an exploratory scope; In it, scientific documentation and official documents of different governments, organizations and educational institutions of higher education were analyzed; mainly on e-businesses, the digital era and the effects of COVID 19 on the way of doing business, and processes of transformation of business models. The objective of this research was to analyze the importance of digital business today, as well as the process of transforming traditional businesses into digital businesses. As a result of this analysis, the close relationship between catastrophic events and the forced change of business models is observed, especially in the so-called third world countries; determining the need for a flexible culture and available technological means to be able to make these necessary changes in the digital age in which humanity lives today.

**Keywords:** E-business; COVID-19; transformation; traditional bussiness.

## Resumo

Esta pesquisa aborda a análise da importância dos negócios digitais hoje e o processo de transformação de empresas tradicionais em negócios digitais; A pesquisa foi documental descritiva com caráter exploratório; Nele, foram analisadas documentações científicas e documentos oficiais de diferentes governos, organizações e instituições de ensino superior; principalmente nos negócios digitais, a era digital e os efeitos do COVID 19 na forma de fazer negócios e nos processos de transformação dos modelos de negócios. O objetivo desta pesquisa foi analisar a importância dos negócios digitais na atualidade, bem como o processo de transformação dos negócios tradicionais em negócios digitais. Como resultado dessa análise, observa-se a estreita relação entre eventos catastróficos e a mudança forçada dos modelos de negócios, especialmente nos chamados países do terceiro mundo; determinando a necessidade de uma cultura flexível e de meios tecnológicos disponíveis para fazer essas mudanças necessárias na era digital em que a humanidade vive hoje.

**Palavras-chave:** Digital business; COVID 19; transformação; negócios tradicionais.

## Introducción

El e-business o negocio digital puede concebirse como un método de gestión empresarial que utiliza las TIC (Brzozowska & Bubel, 2015); es una nueva revolución en la que se necesita iniciativa para utilizar plenamente las capacidades de la tecnología de Internet en un entorno empresarial específico. Tal iniciativa es capaz de construir las fortalezas fundamentales de la organización que constituyen una enorme ventaja competitiva entre los competidores en el mercado (Sheung, 2014)..

En términos simples los negocios digitales se refieren entre otras cosas a enviar documentos, intercambiar datos entre un productor, distribuidor y socio comercial, ganar nuevos clientes, conquistar mercados y realizar teleconferencias; es así que los negocios digitales comprenden el e-commerce, el e-enterprise, el e-economy, el e-society, el e-government, el e-banking, el e-learning y otros.

Por lo tanto y para conocer de mejor manera los negocios digitales, necesitamos entender qué está cambiando. Durante los últimos años, las computadoras se han abierto camino en nuestras vidas,

## Los negocios digitales y su importancia en la era actual

---

tanto directa como indirectamente (Spring, 2015); hay tres desarrollos en computación que son de suma importancia :

La decisión en la década de 1970 de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados de Defensa de proporcionar fondos para conectar proyectos de investigación militar en todo Estados Unidos. Este esfuerzo de DARPA net creció y con el tiempo se transformó en Internet, un sistema para direcciones y mensajes entre máquinas, esto llevó con el tiempo a un entorno informático cada vez más fluido que puede conectar todas las computadoras y dispositivos mejorados por computadora del planeta.

La decisión de Peter McCulloch de Xerox de financiar la investigación en un nuevo centro de investigación en Palo Alto cuyo objetivo era el descubrimiento de la arquitectura de la información de la oficina. Este esfuerzo condujo a las ventanas orientadas a objetos, los iconos, el mouse y los sistemas basados en punteros que usamos hoy. En el proceso, también dieron origen al diseño orientado a objetos y lenguajes de programación, Ethernet, la impresora láser, la pantalla de mapa de bits, la edición WYSIWYG (What You See Is What You Get ) , etc., etc.

El tercer desarrollo clave fue la decisión de IBM de ingresar al mercado de las computadoras personales y hacerlo de tal manera que abriera los estándares de su máquina a la replicación por parte de terceros. Esta decisión finalmente condujo a un mercado basado en productos básicos para chips y sistemas informáticos que se volvió tan asequible como para poblar nuestro medio ambiente a una densidad mucho mayor que la población humana. Se hizo posible que las personas poseyeran uno o más dispositivos informáticos generalizados y docenas, si no cientos, de dispositivos informáticos especializados.

Mientras se producían estos cambios, la población en general se estaba acostumbrando al mundo mejorado digitalmente. Las formas más dramáticas de esta acomodación fueron las que alcanzaron a las masas. Los más importantes entre estos sistemas fueron los cajeros automáticos.

Tomó una década, pero finalmente convencieron a la mayoría de la población para el procesamiento digital de datos. Las transferencias electrónicas de fondos en el punto de venta de todo tipo también contribuyeron a esta transición, entre otras.

Finalmente, el correo electrónico comenzó a llegar más allá del lugar de trabajo de la oficina a amigos y familiares, inicialmente en otras instituciones que tenían correo electrónico y, por último, en cuentas domésticas.

## Los negocios digitales y su importancia en la era actual

---

Desde el punto de vista organizativo, los trabajadores vieron impresionantes masas de datos mantenidas en sistemas informáticos, se familiarizaron íntimamente con el procesamiento de textos de escritorio y las hojas de cálculo, llegaron a comprender los valores y las limitaciones del correo electrónico y el correo de voz.

Sobre todo, está muy claro que los cheques de pago, los paquetes de beneficios, el control presupuestario y otras partes del núcleo del negocio estaban siendo manejados por computadoras y estas computadoras primero se dividieron y aparecieron en sus escritorios y luego se reunieron y fusionaron en redes de área local. Después de un período de tiempo, esas redes de área local se fusionaron en interredes y, en última instancia, todas esas interredes se fusionaron, lo que nos dio la internetwork con la I mayúscula: Internet.

Estos cambios no fueron rápidos ni simples, después de años de lento crecimiento y desarrollo, la World Wide Web se abrió sobre una base conectada (DARPA) de computadoras asequibles (IBM) que la mayoría de los humanos habían aceptado como confiables (Supermercados y Bancos) y que la mayoría de ellos podían aprender a usar (XEROX ). Dado este entorno, la "innovación" muy simple llamada la red mundial prendió como la pólvora. (Innovación entre comillas porque los conceptos básicos de la web: un protocolo cliente-servidor, una forma de organización de hipertexto y un formato de documento estructurado para el intercambio de datos tenían 25, 40 y 10 años respectivamente en el momento en que se presentaron.).

Esto no quiere disminuir en modo alguno la importancia de lo que hizo Tim Berners-Lee en el CERN. Como ocurre con todas las tecnologías revolucionarias, tanto el entorno para la innovación tecnológica como el desarrollo de la tecnología en sí siempre tienen una historia más larga y profunda que el evento crítico que causó la revolución.

Luego de analizar todo el camino que ha recorrido la tecnología hasta la actualidad, se puede manifestar que los negocios digitales han llegado para desempeñar hoy y en las próximas décadas un papel preponderante en la remodelación de la forma de hacer negocios (Spring, 2015).

Adicionalmente es importante mencionar que el COVID-19 se constituye en un acelerador de la transformación digital en todos los ámbitos, incluido el ámbito de los negocios; las nuevas medidas de bioseguridad impulsaron a que los negocios tradicionales se volcaran hacia lo electrónico, y también provocó el surgimiento de nuevas empresas nativas digitales (Líderes, 2020).

Es así que los expertos predicen que el impacto del coronavirus no solo será un impulso a corto plazo para los negocios digitales, sino que llegará para quedarse, incluso después del COVID-19, debido a que las personas se sienten cómodas con la seguridad, beneficios y conveniencia que ofrecen las compras y pagos sin contacto, los cuales probablemente causen un cambio de comportamiento permanente hacia las compras digitales (Mohsin, 2020).

Con estos antecedentes y teniendo en cuenta que además los negocios digitales se constituyen en una herramienta para el cumplimiento de los objetivos de la agenda 2030, en la que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), propone promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen actividades de emprendimientos, la creatividad y la innovación (Pesantez & Moreira, 2020); el objetivo del presente trabajo de investigación es analizar la importancia de los negocios digitales en la actualidad así como el proceso de transformación de los negocios tradicionales en negocios digitales.

## Metodología

El presente trabajo de investigación fue desarrollado empleando la investigación documental, de acuerdo a lo manifestado por Bernal en su libro Metodología de la Investigación “La investigación documental es un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (Bernal, 2010, p.111), con un diseño de investigación no experimental, ya que este diseño de investigación se fundamenta en estudios en los que no se realiza ninguna variación de manera intencional en las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables (Hernández-Sampieri & Mendoza-Torres, 2018), y con un alcance descriptivo puesto que la investigación con alcance descriptivo es aquella que consiste en representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas, debiendo así describir los aspectos más característicos del objeto de estudio (Cerdeña, 1993; citado por Bernal, 2010).

Es así que, este artículo estuvo orientado en la profundización del análisis, elaboración y representación hermenéutica del estado del arte del fenómeno de la investigación que se desarrolla en los denominados Negocios Digitales o E-Business; en el cual fue prioridad la descripción del fenómeno social a partir de rasgos determinantes, de acuerdo a la percepción generada por los elementos que conforman la situación objeto de estudio.

## Resultados

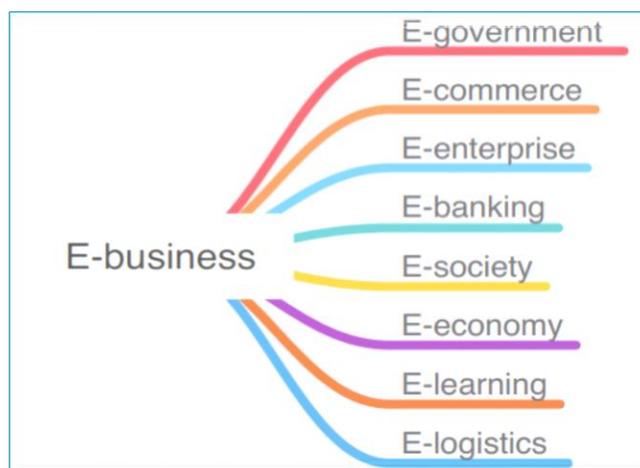
La tecnología provoca la creación de nuevos modelos de negocios (Heaslip, 2015); la transformación digital es un tema que se discute desde fines de la década de 1990 y nuevamente a mediados de la década de 2000. Se comenzó a informatizar procesos hace casi 30 años y ya se han implementado actividades digitales en todas las organizaciones (Auguria, 2016).

Es así que, han sido utilizados muchos términos y definiciones para describir el tipo de negocio que se realiza mediante medios electrónicos o digitales. Para describir este fenómeno se ha utilizado el término e business y, en menor medida, negocio digital (Wall et al., 2007).

El e-bussiness es un concepto general que abarca a su vez términos particulares como el e-commerce, con el que a veces es confundido, e-payment, e-logistics, front-and-back-office entre otros, y que comprende el uso de tecnologías EDI (electronic data interchange), CRM (customer relationship management) o ERP (Enterprise resource management), así como la adopción de formas o modelos de negocio en red como B2B (business to business) o B2C (business to Costumers), y su integración mediante nuevas actividades estratégicas como Business Intelligence o Knowledge Management.

Por lo tanto, es necesario mencionar que, el comercio electrónico se refiere a la compra y venta en línea, es así que el comercio electrónico puede considerarse un subconjunto del e-business (Khurana, 2020) como se muestra en el gráfico a continuación:

Gráfico 1: E-Business



Fuente: Elaboración propia.

## Los negocios digitales y su importancia en la era actual

---

Los negocios digitales generalmente abarcan todas las formas de utilizar tecnologías de la información y la comunicación digitales para respaldar y optimizar los procesos de una empresa (IONOS, 2019).

Un negocio digital usa la tecnología para crear nuevo valor sobre los modelos de negocio, experiencias de clientes y capacidades internas que soportan el núcleo de las operaciones. El término incluye tanto a las marcas nativas digitales como a aquellas que están transformando su negocio con tecnologías digitales (Liferay, 2017).

La transformación empresarial digital (DBT) es un “proceso de reinención de un negocio para digitalizar operaciones y formular relaciones de cadena de suministro extendidas. El desafío de liderazgo de DBT trata de revitalizar las empresas que ya pueden tener éxito para capturar todo el potencial de la tecnología de la información en toda la cadena de suministro (Bowersox et al., 2005, citado por Schallmo & Williams, 2017).

Una empresa digital es aquella que utiliza la tecnología como ventaja en sus operaciones internas y externas. La tecnología de la información ha cambiado la infraestructura y el funcionamiento de las empresas desde el momento en que Internet estuvo ampliamente disponible para empresas y particulares. Esta transformación ha cambiado profundamente la forma en que las empresas realizan sus operaciones diarias, maximizando los beneficios de los activos de datos y las iniciativas centradas en la tecnología.

En la actualidad, el término negocio digital se puede emplear en varios contextos:

- Puede ser concebido como un elemento de una estrategia de gestión empresarial consistente en el uso de soluciones diseñadas para aumentar la competitividad de una empresa. En este contexto, las empresas pueden realizar parte de su actividad en línea o utilizar la tecnología para mejorar el intercambio de información interno o externo.
- En otro contexto el negocio digital, es concebido como es un modelo de empresa que opera principalmente en Internet, limitando al mínimo su presencia "física" en el mercado o servicio al cliente tradicional.

La red de banda ancha se considera la infraestructura básica de la economía moderna basada en el conocimiento, por lo que debería estar en el centro de atención de todos los países que quieran competir en el mercado global.

## Los negocios digitales y su importancia en la era actual

De acuerdo a Brzozowska & Bubel (2015) el entorno de un negocio digital, al igual que en el caso de una empresa tradicional, se puede dividir en:

- Entorno cercano o microambiente, que consiste en proveedores de materiales o materias primas, intermediarios, competidores y clientes
- Entorno lejano o macroambiente, que incluye factores que son independientes de una empresa y afectan su funcionamiento en aspectos técnicos, de normalización, legales, sociales, económicos, políticos y educativos.

En el caso de los negocios digitales, a diferencia de las empresas tradicionales, no existen fronteras relacionadas con el medio ambiente. Los clientes, proveedores e intermediarios pueden estar ubicados en cualquier lugar del mundo, en diferentes zonas horarias, pueden hablar diferentes idiomas y pagar en diferentes monedas. Lo que es más importante desde la perspectiva del entorno de los negocios digitales son las relaciones entre las diferentes entidades de los negocios digitales. Las compañías que se adaptan a la tecnología, aquellas que son consideradas maduras digitalmente, son las que tienen mejores resultados (Heaslip, 2015), las iniciativas de negocios digitales constituyen ahora un componente central del proceso de planificación estratégica en muchas empresas (Wu et al., 2003).

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Madrid (2019) entre las ventajas con las que cuentan los negocios digitales tenemos:

**Cuadro 1:** Ventajas de los Negocios Digitales

<b>VENTAJAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Reducción de barreras	La creación de empresas solía asociarse con una alta inversión, actualmente cualquier emprendedor puede crear su negocio utilizando el internet desde su domicilio, lo que implica costos más reducidos, sin necesariamente hacer una inversión elevada y arriesgada.
Ampliación de mercado	El Internet favorece el acceso a potenciales mercados, la internacionalización de un negocio resulta menos compleja que en el pasado.
Identificación de nuevas necesidades	Como consecuencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, se crean nuevas necesidades; un ejemplo claro es que actualmente se puede vender una amplia gama de productos digitales, inimaginables en el pasado.
Mejor conocimiento de los clientes	Se puede obtener datos reales sobre el comportamiento de clientes y visitantes, e implementar la automatización en procesos de modo que sea posible orientar esfuerzos para atraer mejor a potenciales clientes.

Los negocios digitales y su importancia en la era actual

Trabajo a distancia	Los nuevos emprendedores digitales no necesitan estar en un lugar físico para realizar su trabajo; pueden utilizar herramientas tecnológicas digitales en la nube que permitan compartir datos con sus empleados y proveedores para realizar las acciones que requiere la puesta en marcha de su negocio electrónico y así asumir el liderazgo en tiempos de teletrabajo.
---------------------	---

Fuente: Elaboración propia con base en Cámara de Comercio de Madrid (2019).

Según indica Asmar (2020) en el mundo y Latinoamérica cada vez son más los usuarios que utilizan el internet en la adquisición de todo tipo de productos. El 21,55% de la población mundial compra online. Para poner las cosas en perspectiva, son más de 1.500 millones de personas (Morris, 2020), a continuación datos respecto al internet en Latinoamérica:

Tabla 1: Internet en Latinoamérica

PENETRACIÓN DE INTERNET			
AÑO 2020	PROMEDIO MUNDIAL	NORTEAMÉRICA	EUROPA
71,5%	62%	90,3%	87,2%
INTERNAUTAS			
BRASIL	MÉXICO	ARGENTINA	COLOMBIA
150,4 millones	89 millones	35 millones	35 millones

Fuente: Elaboración propia con base en (Asmar, 2020).

En Latinoamérica la región pasó de tener una penetración en internet de 43,4% a 71,5%, superando el promedio mundial actual, de 62%.

Con el rápido aumento del acceso y adopción de internet también se incrementa el número de compradores digitales; en el año 2019 aproximadamente 1,92 mil millones de personas compraron bienes o servicios en línea, y durante el mismo año, las ventas minoristas electrónicas superaron los 3,5 billones de dólares estadounidenses en todo el mundo (Statista, 2021).

Es así que el e-business ofrece a compradores y vendedores una nueva forma de comunicación y brinda la oportunidad de crear nuevos mercados. En general, se sugiere que el desarrollo de negocios digitales da como resultado una mayor productividad y eficiencia de la empresa debido a menores costos de búsqueda y transacción (Konings & Roodhooft, 2002).

## Los negocios digitales y su importancia en la era actual

---

Como se puede evidenciar, esta transformación digital ha tenido un impacto profundo en las empresas; acelerando las actividades y los procesos comerciales para aprovechar al máximo las oportunidades de manera estratégica. Una empresa digital se aprovecha de esto al máximo para no verse interrumpida y prosperar en esta era. El personal de los niveles gerenciales de la compañía, debe ayudar a sus organizaciones a aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos.

Es así que, esta mentalidad tecnológica se ha convertido en estándar incluso en las industrias más tradicionales, lo que hace que una estrategia comercial digital sea imprescindible para almacenar y analizar datos para obtener una ventaja competitiva sobre la competencia. La introducción de la computación en la nube y los modelos de entrega de SaaS (software as a service) significa que los procesos internos se pueden administrar fácilmente a través de una amplia variedad de aplicaciones, lo que brinda a las organizaciones la flexibilidad de elegir y cambiar el software a medida que las empresas crecen y cambian.

Para el año 2025 todas las empresas del mundo utilizarán tecnologías de la nube y un 85 % de las aplicaciones comerciales estarán basadas en la nube; con la economía simbiótica con la nube como núcleo se llegará a una economía digital global donde todo se comparte (EFE, 2020).

Por otro lado, el impacto positivo de COVID-19 en los negocios digitales, desafortunadamente, significa una gran pérdida para las tiendas físicas. Se prevé que hasta 100.000 tiendas tradicionales cerrarán durante los próximos cinco años, con un estimado de 24,000 cierres, los minoristas de ropa serán los más afectados, seguidos por 12,000 tiendas de electrónica de consumo, 11,000 tiendas de artículos para el hogar y 11,000 tiendas de comestibles respectivamente (Mohsin, 2020).

### **Discusión**

El e-business asume un trabajo imperativo en el desarrollo y adelanto de un país, es una acción intencional que se incorpora a la organización, en el control, avance y, además apropiación de diferentes productos y emprendimientos (Deshmukh, 2019).

Sin embargo, existen compañías que se resisten a transformarse en negocios digitales, desde la perspectiva de la gestión del cambio, hay tres razones por las que las personas se resisten al cambio.

- La gente se resiste, porque carece de habilidades para usar y obtener beneficios de las nuevas tecnologías.

## Los negocios digitales y su importancia en la era actual

---

- Hay resistencia porque los empleados en las empresas tradicionales y las industrias no comprenden la imagen completa y cómo la aplicación de las nuevas tecnologías cambia la forma en la que se hace negocios y todos los procesos que esto conlleva.
- Finalmente, la resistencia, especialmente en los niveles gerenciales, proviene del hecho de que las nuevas tecnologías se traducen en nuevos modelos de negocios que a su vez redefinen la estructura y bases de poder de la organización.

Pero, hay momentos en la historia en los que aunque la resistencia al cambio tenga raíces profundas, elementos y fuerzas externas obligan a salir de la zona de confort, como es el caso actual, cuando una enfermedad de transmisión viral como lo es el COVID-19 dio un giro y cambio total a todas las vidas en la tierra, desde la fauna y flora que se vio beneficiada por la reducción de gases contaminantes, producto del confinamiento humano en una cuarentena mundial, hasta la transformación forzosa de los modelos educativos, laborales, de negocios y otros.

Gran parte de la humanidad de manera abrupta y forzada tuvo que migrar a la era digital en cierta medida.

Las nuevas tecnologías digitales como las redes sociales, los dispositivos móviles y otros avanzan rápidamente en el horizonte económico. Estas innovaciones son ampliamente utilizadas por clientes y empleados (Westerman & McAfee, 2012).

Adicionalmente, se avecinan más cambios y pronto, la IA (Inteligencia artificial), 5G, el IoT (Internet of Things) y otras tecnologías emergentes están convergiendo para forjar un mundo de nuevas experiencias y productividad para todos (Huawei Investment & Holding Co. Lt, 2019).

Es así que el desarrollo y el crecimiento previstos para los negocios digitales seguirán dependiendo en gran medida de los avances tecnológicos y de algunas influencias socioculturales (Guevara, 2018).

### Conclusiones

Los líderes empresariales deben estar preparados para mantener en funcionamiento sus organizaciones y mantener fluidas las interacciones y transacciones con los clientes cuando se interrumpen los procesos comerciales normales.

Existen muchos tipos de desastres que pueden interrumpir el funcionamiento de los negocios y comercio en distintos niveles, desde huracanes, inundaciones, terremotos e incendios, hasta una

pandemia. Es así que, si bien nadie puede garantizar el futuro, y algunas empresas estaban más preparadas que otras para el cierre por COVID-19, muchos negocios no estaban listos para afrontar las consecuencias de esta pandemia.

Por lo tanto, los negocios digitales son más que una oportunidad de mejora de procesos y rentabilidad; se constituyen en una cuestión de supervivencia y continuidad operativa cuando una crisis cierra los canales comerciales tradicionales (Xiong, 2020).

La situación actual es tanto una llamada de atención como una oportunidad para que las empresas se alejen de las viejas prácticas comerciales tradicionales y se trasladen al nuevo mundo de los negocios digitales, tanto para las operaciones internas como para la generación de ingresos; lo digital es de vital importancia para el futuro de los negocios, es así que el mundo dio ya la vuelta a la página y ha llegado a un punto de no retorno.

Definitivamente en la era digital las compañías deben adaptarse al cambio o morir.

## Referencias

1. Asmar, S. (2020). Penetración de internet en Latinoamérica supera la media mundial, que es de 58%. La República. <https://www.larepublica.co/especiales/la-industria-del-e-commerce/penetracion-de-internet-en-latinoamerica-supera-la-media-mundial-que-es-de-58-3088484>
2. Auguria. (2016). Digital Transformation: History, Present, Trends | Auriga. <https://auriga.com/blog/2016/digital-transformation-history-present-and-future-trends/>
3. Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación.
4. Brzozowska, A., & Bubel, D. (2015). E-business as a New Trend in the Economy. *Procedia Computer Science*, 65, 1095–1104. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.043>
5. Cámara de Comercio de Madrid. (2019). Ventajas y desventajas del emprendimiento digital. <https://www.mba-madrid.com/empresas/emprendimiento-digital/>
6. Deshmukh, S. U. (2019). Impact of E-Business on Business Association. *International Journal of Engineering and Management Research*, 09(06), 7–12. <https://doi.org/10.31033/ijemr.9.6.2>
7. EFE. (2020, December 30). Tendencias tecnológicas en Latinoamérica en los próximos años - Novedades Tecnología - Tecnología - ELTIEMPO.COM. EL TIEMPO.

- <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/tendencias-tecnologicas-en-latinoamerica-en-los-proximos-anos-557867>
8. Guevara, L. (2018). Development & History of E-commerce: Past, Present & Future. SPIRALYTICS. <https://www.spiralytics.com/blog/past-present-future-ecommerce/>
  9. Heaslip, R. (2015). The new digital business. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_h1XmNejD-s](https://www.youtube.com/watch?v=_h1XmNejD-s)
  10. Hernández-Sampieri, R., & Mendoza-Torres, C. P. (2018). Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. (ed.)).
  11. Huawei Investment & Holding Co. Lt. (2019). Touching An Intelligent World. 176. [https://www.huawei.com/minisite/giv/Files/whitepaper\\_en\\_2019.pdf](https://www.huawei.com/minisite/giv/Files/whitepaper_en_2019.pdf)
  12. IONOS. (2019). What is e-business | Meaning, Components & Features - IONOS. <https://www.ionos.com/digitalguide/online-marketing/online-sales/what-is-e-business/>
  13. Khurana, A. (2020). Learn the Difference Between E-Business vs. E-Commerce. <https://www.thebalancesmb.com/ebusiness-vs-ecommerce-1141573>
  14. Konings, J., & Roodhooft, F. (2002). The effect of e-business on corporate performance: Firm level evidence for Belgium. *Economist*, 150(5), 569–581. <https://doi.org/10.1023/A:1021393219617>
  15. Líderes. (2020). Los seis pasos a seguir a la hora de desarrollar un negocio digital | Revista Líderes. <https://www.revistalideres.ec/lideres/seis-pasos-seguir-hora-desarrollar.html>
  16. Liferay. (2017). ¿Qué es un Negocio Digital? | Liferay. <https://www.liferay.com/es/resources/l/digital-business>
  17. Mohsin, M. (2020). 10 Important Ecommerce Trends to Watch for in 2021. <https://www.oberlo.com/blog/ecommerce-trends>
  18. Morris, M. (2020). Why E-Commerce Is The Future. Harvard Media. <https://harvardmedia.com/e-commerce/>
  19. Pesantez, Z., & Moreira, E. (2020). Analysis of the digital business trend in the planning zone 8 of Ecuador. 36–42.
  20. Schallmo, D. R. A., & Williams, C. A. (2017). DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS MODELS-BEST PRACTICE, ENABLERS, AND ROADMAP.

Los negocios digitales y su importancia en la era actual

---

- International Journal of Innovation Management, 21(December), 17.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5_2)
21. Sheung, C. T. (2014). E-Business; The New Strategies Ande-Business Ethics, that Leads Organizations to Success. Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc, 14.
  22. Spring, M. (2015). Current State of E-Business. <http://www.sis.pitt.edu/spring/papers/CurStateE-B.htm>
  23. Statista. (2021). E-commerce worldwide - Statistics & Facts. <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
  24. Wall, B., Jagdev, H., & Browne, J. (2007). A review of eBusiness and digital business - Applications, models and trends. *Production Planning and Control*, 18(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/09537280601127245>
  25. Westerman, G., & McAfee, A. (2012). The digital advantage: How Digital Leaders Outperform Their Peers in Every Industry. In *Hearing Journal* (Vol. 54, Issue 3). <https://doi.org/10.1097/01.HJ.0000293820.91405.31>
  26. Wu, F., Mahajan, V., & Balasubramanian, S. (2003). An Analysis of E-Business Adoption and Its Impact on Business Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 425–447. <https://doi.org/10.1177/0092070303255379>
  27. Xiong, E. (2020). Council Post: Digital Is An Imperative For The Future Of Business. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/05/19/digital-is-an-imperative-for-the-future-of-business/?sh=2ffcc7d3192e>