



El reto de la transformación digital: oportunidades, competencias y desafíos para empresas y emprendimientos



Por Dra. Carola Jones
Exclusivo para Comercio y Justicia

La revolución digital no muestra señales de desaceleración frente a las crisis. La pandemia del Covid-19 evidenció la importancia de las tecnologías de información y comunicación para el funcionamiento de las actividades económicas y sociales.

La digitalización de las actividades socioeconómicas transforma los hábitos de consumo y los modelos de negocio, con un cambio generalizado hacia el trabajo remoto, las compras en línea y la colaboración virtual.

Las empresas requieren nuevos enfoques de gestión. Apuestan cada vez más a la innovación y la colaboración para crear valor, mantenerse competitivas y ampliar el acceso a nuevos mercados.

En América Latina, las empresas emergentes de fintech y comercio electrónico facilitaron que 40% de las personas realizaran pagos digitales y un 24% recibió transferencias gubernamentales en sus cuentas. Además, para fines de 2021, cerca de 500 mil pymes de la región vendieron a través de la plataforma digital Mercado Libre.



Un estudio de 2022 del Observatorio Iberoamericano de la MiPyME señaló que las empresas argentinas se encuentran rezagadas en su nivel de madurez digital básica, incluyendo la adopción de comercio electrónico, la banca digital y el teletrabajo.

Sin embargo, el trabajo Mid Term 2023 de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) mostró que el e-commerce nacional continúa creciendo, medido no sólo en términos de montos de facturación y sino también en cantidad de órdenes de compra recibidas, en comparación con 2022.

Lo cierto es que **la oportunidad digital no se alcanza con la mera adopción de tecnologías**. Transformarse digitalmente **requiere del desarrollo de capacidades organizacionales y el compromiso de la gestión** juega en este punto un papel crucial.

En ese sentido, la Cepal aseguró en 2022 que el camino hacia el desarrollo sostenible mediante la digitalización en América Latina y el Caribe requiere la formación profesional especializada en la incorporación de tecnología digital en los procesos productivos.

Cabe preguntarse: ¿por dónde empezar? **¿Qué competencias básicas necesita desarrollar una MiPYME de cara al desafío de la transformación digital?** Dar respuesta a estos interrogantes implica repasar un listado multidimensional de capacidades, entre las que no se deberían dejar de considerar:

- **Conciencia Tecnológica:** comprender las tecnologías digitales relevantes para su sector y cómo pueden aplicarse para mejorar los procesos internos, la interacción con los clientes y la eficiencia operativa.
- **Gestión de Datos:** saber cómo recopilar, almacenar y analizar datos de manera efectiva para obtener información valiosa que guíe la toma de decisiones estratégicas y operativas.
- **Marketing Digital:** dominar las estrategias de marketing en línea, incluido el uso de redes sociales, SEO (optimización de motores de búsqueda), publicidad en línea y marketing de contenido para aumentar la visibilidad y atraer clientes.
- **E-Commerce:** tener la capacidad de establecer y administrar una presencia en línea efectiva, ya sea a través de un sitio web propio, en plataformas como Mercado Libre, o en redes sociales.
- **Ciberseguridad:** estar consciente de los riesgos de seguridad en línea y contar con medidas de protección adecuadas para proteger los datos de la empresa y de los clientes.

· **Vinculación y colaboración:** desarrollar vínculos de colaboración con otros actores del entorno favorece la optimización de recursos, la innovación y el fortalecimiento competitivo.



· **Flexibilidad y Adaptabilidad:** estar dispuesto a experimentar y adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos y a las nuevas oportunidades que surjan en el entorno digital.



· **Cultura Organizacional Orientada a la Innovación:** fomentar una cultura que promueva la experimentación, el aprendizaje continuo y la búsqueda constante de nuevas formas de mejorar y crecer a través de la tecnología digital.

Estas competencias necesarias están sujetas a un proceso de cambio constante, ya que deben adaptarse rápidamente a las demandas de la transformación tecnológica acelerada. Es por eso que, en el caso de las universidades e instituciones de educación superior, se sostiene un marcado compromiso para propiciar la vinculación entre los actores y aportar propuestas innovadoras a la altura de las necesidades de nuestra sociedad.

En este sentido, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba iniciará el próximo 10 de abril la Diplomatura en Comercio Electrónico y Marketing Digital (www.diplocemad.eco.unc.edu.ar)

* **Directora de la Diplomatura en Comercio Electrónico y Marketing Digital, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba**

Nota anterior

Honorarios: dictaminan que es inconstitucional el DNU 157/18

Próxima nota

Piden acuerdo internacional de prevención ante futuras pandemias

Deja una respuesta

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *

Comentario *