



Julio-diciembre 2024
Recibido: 25-05-2024
Aceptado: 26-06-2024

Escalabilidad de los negocios digitales en el contexto de la nueva economía en Latinoamérica

Autor: Andrés Eduardo Villanueva González ¹⁵

Dirección electrónica: andres.villanueva.g@gmail.com

Adscripción: Investigador independiente, Caracas, Venezuela

Resumen: El mundo empresarial actualmente está siendo impactado por un sinnúmero de tecnologías disruptivas, recursos y herramientas derivadas de la cuarta revolución industrial para impulsar transformaciones desde ecosistemas virtuales que se han trasladado a la nueva economía digital, optimizando las operaciones de compra-venta de productos y servicios en tiempo real con negocios digitales, promoviendo productividad, posicionamiento, crecimiento, competitividad y escalabilidad. El objetivo de este artículo de revisión teórica es analizar la escalabilidad de los negocios digitales en el contexto de la nueva economía en Latinoamérica. La metodología se corresponde con el enfoque cualitativo, diseño documental-bibliográfico de nivel descriptivo, a través de los métodos, inductivo y análisis-síntesis, empleando los criterios de inclusión y exclusión de la Universidad de Melbourne. Los hallazgos evidenciaron que, los componentes para alcanzar escalabilidad en el mercado donde operan son: conectividad, capacitación, planes de financiamiento, oferta digital atractiva

¹⁵ Doctorando en la Universidad Latinoamericana y del Caribe, Caracas, Venezuela.
ORCID: [0009-0006-8462-3505](https://orcid.org/0009-0006-8462-3505)

propuesta de valor, estrategia para la competitividad, computación en la nube, análisis del entorno y economía colaborativa.

Palabras clave: cuarta revolución industrial, globalización, iniciativas empresariales emergentes, economía digital tecnologías disruptivas.

Scalability of digital business in the context of the new economy in Latin America

Abstract: The business world is currently being impacted by countless disruptive technologies, resources and tools derived from the fourth industrial revolution to drive transformations from virtual ecosystems that have moved to the new digital economy, optimizing the purchase and sale operations of products and services in real time with digital businesses, promoting productivity, positioning, growth, competitiveness and scalability. The objective of this theoretical review article is to analyze the scalability of digital businesses in the context of the new economy in Latin America. The methodology corresponds to the qualitative approach, documentary-bibliographic design at a descriptive level, through methods, inductive and analysis-synthesis, using the inclusion and exclusion criteria of the University of Melbourne. The findings showed that the components to achieve scalability in the market where they operate are: connectivity, training, financing plans, attractive digital offer, value proposition, strategy for competitiveness, cloud computing, analysis of the environment and collaborative economy.

Keywords: fourth industrial revolution, globalization, emerging business initiatives, digital economy, disruptive technologies.

Introducción

Las grandes transformaciones que se están originando en dimensiones globales en el campo empresarial e industrial, son impulsados por la cuarta revolución industrial, denominada también por los estudiosos del tema como industria conectada,

industria inteligente e industria 4.0, ante el auge de métodos, enfoques y modelos de trabajos, muchos más sofisticados con el apoyo de las nuevas tecnologías disruptivas o exponenciales para desarrollar modelos de negocios bajo un esquema colaborativo, digital.

Aquí, juegan un papel preponderante los negocios digitales dentro del paradigma de la nueva economía (economía digital), donde en muchos segmentos de los mercados, desde hace más de una década, han irrumpido diferentes tipos de modelos empresariales digitales para la comercialización de productos, servicios y procesos que demandan los consumidores que, con la aceleración de la globalización 4.0, generaron una ruptura en las fronteras físicas, según Schwab (2017), logrando mayor integración y consumo en un solo único mercado con capacidad de adquirir bienes y servicios en tiempo real.

Un informe sobre economía digital del *World Economic Forum* (WEF, 2024), revela que, a medida que la economía global se digitaliza exponencialmente, se proyecta que el 70% del nuevo valor creado en la próxima década se basará en modelos de negocio de plataformas habilitadas digitalmente; lo que demanda que las organizaciones inviertan en infraestructura tecnológica para readecuar y desarrollar modelos de negocios innovadores, sostenibles, inclusivos y escalables.

Aquí, dentro del paradigma de la economía emergente, los negocios digitales tienen la posibilidad de aprovechar al máximo los múltiples recursos y herramientas de las tecnologías disruptivas o habilitadoras, un metaverso como ese ecosistema y entorno multiusuario que está generando rentabilidad económica para los negocios bajo una modalidad virtual en la comercialización de productos y servicios en los próximos años.

Una investigación financiada por la Universidad Financiera del Gobierno de la Federación de Rusia, sostiene que, las empresas e industrias deben modificar las forma de operar, valiéndose de la integración de tecnologías disruptivas para la transformación digital del negocio, permitiendo cambiar la manera en que entregan satisfacción a los clientes en la

comercialización de productos y servicios para elevar la productividad, competitividad y escalabilidad, es el norte impulsado por la industria inteligente (Mottaeva, et al., 2023).

Entonces, el concepto de escalabilidad tiene un papel preponderante en los negocios digitales en el contexto del paradigma de economía emergente, donde Never y Zilber (2023) afirman que es el proceso de expandir rápidamente el número de clientes y la rentabilidad, con lo cual se está frente a un enfoque que conjuga orquestación de recursos, capacidades, potencialidades, tomando decisiones basadas en datos como garantía de resultados óptimos en términos de generar valor económico y social. Más toma relevancia la escalabilidad en el mundo de los negocios digitales ante pocas investigaciones que documentan el fenómeno como catalizador para impulsar desarrollo, productividad, crecimiento y competitividad.

Un informe reciente del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF, 2022), demuestra los avances significativos que se han alcanzado en el tejido empresarial e industrial sobre modelos de negocios digitales y la transformación tecnológica para ser más productivas y competitivas, todavía existen rezagos en la región con respecto a las naciones más desarrolladas. Además, para el *Statista Research Department* (2023), Latinoamérica es el hogar de 300 millones de compradores digitales, cuya proyección de crecimiento se ubica en 15% para 2027, más allá que la adopción de negocios digitales es mucho menor que en otras latitudes y regiones emergentes.

Es así que, este artículo tiene como objetivo analizar la escalabilidad de los negocios digitales en el contexto de la nueva economía en Latinoamérica, desarrollado desde las bondades de la corriente del pensamiento cualitativo propio de la lógica inductiva, con un diseño documental-bibliográfico de nivel descriptivo, que involucró una revisión de literatura y arquezos referenciales, aplicando los criterios de inclusión y exclusión de la Universidad de Melbourne (2024), que permitió responder a la pregunta ¿cuáles son los componentes dentro de los negocios digitales que originan escalabilidad en el marco de la nueva economía en Latinoamérica?

Materiales y Método

En atención al tipo de artículo de revisión teórica, y las cualidades de la temática, se corresponde con las bondades de la corriente del pensamiento bajo el enfoque cualitativo, utilizando los métodos, inductivo y análisis-síntesis, que se fundamentó en un diseño documental-bibliográfico por medio de una revisión de literatura de nivel descriptivo. Con lo cual, para Hadi et al., (2023), el enfoque cualitativo tiene interés en comprender las realidades de un determinado fenómeno a partir de las perspectivas y experiencias, describiendo e interpretando los hechos.

Asimismo, el diseño documental-bibliográfico tiene el interés de "(...) ubicar, consultar y obtener la bibliografía útil para los propósitos del estudio. De esta revisión se extraerá la información necesaria para encuadrar el problema de investigación" (Arévalo et al., 2020, p. 88); lo que se respalda en las actividades del investigador al realizar una revisión exhaustiva de literatura que se deriva generalmente de artículos científicos sometidos a proceso de arbitraje, así como libros, reportes e informes de entidades acreditadas, que demuestren la actualización del estado del arte y conocimiento asociado con los negocios digitales y el paradigma de la nueva economía.

El estudio se entrelazó con un nivel descriptivo, al detallar las categorías de análisis de escalabilidad, los negocios digitales y la nueva economía en el contexto de la región latinoamericana como ese modelo empresarial que está tomando auge como consecuencia de los notables avances de la industria conectada y la globalización 4.0; es decir, como señala Romero et al., (2021), los estudios descriptivos son un escenario fotográfico de un determinado hecho, realidad o fenómeno que requiere ser documentado.

Ahora bien, para darle rigurosidad científica, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión para la revisión de artículos científicos, textos y demás literatura de la Universidad de Melbourne (2024), que contempla: a) fecha de publicación; b) descriptores del tema, categoría de análisis; c) cantidad de

artículos arbitrados; d) bases de datos consultadas; e) tipo de metodología; y f) el idioma, tal como se visualiza en la Tabla 1.

Tabla 1 Criterios de inclusión y exclusión para la revisión de literatura

Criterios	Descripción
Fecha de publicación	Artículos arbitrados con un máximo de cinco años de publicados (2019-2024) para garantizar la actualización del conocimiento.
Descriptor del tema (palabras clave / keywords)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escalabilidad. ▪ Negocios digitales. ▪ Economía digital.
Textos y artículos arbitrados	Utilizados 20 documentos, entre textos, artículos científicos sometidos al sistema de arbitraje en revista e informes acreditados.
Base de datos (acceso abierto)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Latindex / Dialnet. ▪ Scopus / Sistema de Información Científica Redalyc. ▪ EBSCO / Elsevier.
Metodología	Trabajos de investigación con enfoque cualitativo y cuantitativo.
Idioma	Estudios en idioma castellano e inglés.

Fuente: Adaptado de la University of Melbourne (2024).

Estos criterios se conjugaron también al utilizar la técnica de análisis de contenido a través del instrumento de fichaje, a los fines de plasmar la información relevante de cada categoría de análisis que como investigador y sujeto cognoscente me facilitó el proceso dialéctico hermenéutico (interpretación).

Resultados y Discusión

Los Negocios Digitales en el contexto de la Nueva Economía

El dinamismo en la aceleración de las nuevas tecnologías desde el año 2010 en adelante, ha originado un crecimiento exponencial en modelos, técnicas y herramientas informáticas con una variada gama que están a disposiciones del tejido industrial, empresarial e institucional para fortalecer los procesos de la cadena de valor de los respectivos negocios y servicios que se ofrecen a la sociedad.

Aquí, tienen un papel importante en la industria conectada y el proceso de globalización 4.0, los negocios digitales, que para Schwab (2017) este tipo de organizaciones emergentes requieren de una serie de recursos, capacidades y potencialidades mucho más creativas, dejando en un segundo plano el capital (recursos financieros) para ser prósperos, de ese modo, con el pensamiento creativo pueden diseñar productos, servicios y procesos con un enfoque diferenciador y disruptivo que brinde innovación al mercado.

Aunque han pasado más de siete décadas, conviene traer a colación uno de los pilares fundamentales del concepto de emprendimiento descrito por el economista austríaco Joseph Schumpeter, la destrucción creativa para generar innovación dentro de los escenarios empresariales e industriales, la mente humana como recurso disruptivo, es así que, los negocios digitales es la evolución de la forma de hacer negocios tradicionales, con el ingrediente virtual al conjugarse con el campo físico (presencialidad).

A los efectos de ir situando el término teóricamente, para Baixas (2020), los negocios digitales son una:

Actividad de cualquier empresa o profesional que ha digitalizado alguno de sus procesos y utiliza la tecnología a su favor en su cadena de valor. No hace falta, en consecuencia, que toda la empresa opere digitalmente, algo que además no siempre tendría sentido. (p. 24)

En la perspectiva de Somalo (2020), son organizaciones

emergentes que emplean necesariamente herramientas tecnológicas tangibles e intangibles para añadir valor agregado en la elaboración, actualización de productos, servicios y procesos que están vinculados con la cadena de valor, donde, además, un punto relevante es trasladar las actividades de comercialización, ventas y atención al cliente hacia plataformas virtuales en el marco de la economía digital.

Es oportuno añadir los planteamientos de Lynn et al., (2022), al afirmar que los negocios digitales no se limitan a comprar y vender por plataformas y redes en línea, este debe abarcar una gama de procesos y actividades de la cadena de valor de una entidad habilitada por tecnologías digitales exponenciales, cuya finalidad está centrada en la integración de los mundos, digital y físico.

Analizando estos argumentos, las tecnologías habilitadoras, disruptivas o exponenciales esenciales para los negocios digitales son: analítica predictiva de datos / big data, IoT / IA, blockchain, robótica, vehículos autónomos, computación cuántica, velocidad de conexión 5G, realidad aumentada, realidad virtual, realidad mixta, modelización, simulación 3D (impresión 3D), tecnología biométrica, ciberseguridad, seguridad digital, entre otras (Arévalo et al., 2021).

Se está en presencia de un concepto que involucra el uso de herramientas informáticas a través de software (sistemas de información gerencial, programas, aplicaciones o cualquier sistema que dinamice el proceso organizacional), además de hardware como los equipos y dispositivos fundamentales para optimizar los productos, servicios y procesos.

Adicionalmente, es el componente evolutivo de las tecnologías de información y comunicación a un estado mucho más disruptivo, donde la forma de comprar y vender se ha actualizado, no son en términos empresariales e industriales, esto va de la mano con los cambios en las preferencias de consumo de los clientes.

Por tanto, le corresponde a los negocios digitales en el discurso de Chaffey et al., (2019), abordar el concepto de “cómo

las empresas aplican la tecnología digital, y medios de comunicación para mejorar la competitividad de su organización a través de optimización de los procesos internos con canales online y tradicionales para mercado y suministro” (p. 15).

En otras palabras, se conjuga recursos en tiempo real con la digitalización del modelo de negocio a nivel de procesos de la cadena de valor, que incluye canales para conectar y contactar los grupos de interés, es decir, con los accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, autoridades gubernamentales, etc. Igualmente, la innovación del tejido tecnológico fortalece y moderniza los canales fuera de líneas, aquellos presenciales (tradicionales) para hacer que la empresa e institución sea más productiva y competitiva.

Por su parte, los negocios digitales son modelos empresariales innovadores que aprovechan una extensa gama de tecnologías digitales (exponenciales), que nutren el desarrollo de contenidos en las páginas web corporativas, manejo de publicidad digital, perfiles en las diferentes redes sociales, comunicaciones sociales, *email marketing*, *mobile*, *e-commerce* y *analytics*, entre otros.

La aparición de la computación en nube brinda a las pequeñas y medianas empresas posibilidades reales de externalizar la infraestructura tecnológica para suplir las operaciones web, lo que le proporcionará mayor fiabilidad y capacidad de escalar en el mercado donde compite (Lynn et al., 2022).

Estos negocios digitales toman auge en la medida que el paradigma de la economía digital se confecciona, configura y reconfigura con el transcurso del tiempo, donde los diferentes actores y sectores que intervienen en el mercado, son capaces de entender las demandas, necesidades y exigencias de evolucionar en la manera de diseñar, comercializar, distribuir, vender y comprar productos, servicios e inclusive procesos de la cadena de valor: aprovisionamiento de insumos, fabricación, transporte, cuyo epicentro deberá estar el cliente como generar de valor económico, social y medioambiental.

Los negocios digitales se están desarrollando en el contexto del paradigma de la economía digital, aspecto que necesariamente deben abordarse en esta sección para conocer las relaciones, interrelaciones e influencia que ejerce, tal como ha referido el Grupo de Trabajo sobre Economía Digital del G-20 (2020), donde la economía digital es:

Toda actividad económica depende de, o significativamente mejorada, por el uso de *digital inputs*, incluidas las tecnologías digitales, la infraestructura digital, los servicios digitales y datos. Se refiere a todos los productores y consumidores, incluidos gobiernos, que están utilizando estos *digital inputs* en sus actividades económicas. (p. 114)

En efecto, cuando las empresas, industrias, instituciones y cualquier ciudadano que ejerza alguna actividad comercial, y que involucre medios de carácter tecnológico para operar, es decir, *digital inputs* catalogados como digitales, están actuando en el ecosistema de actividades económicas digitales para crear valor, lo permite ampliar el radio de acción de la evolución que ha tenido la economía tradicional.

Entonces, poco a poco, fue introduciendo elementos informáticos en los procesos de la cadena de valor de los negocios, que por el día a día eran imperceptibles, y hoy se ha incrustado en el tejido interno y externo de las organizaciones, mercados y las personas como consumidores.

En suma, en la figura 1, se hizo una adaptación de los elementos de la economía digital y como estos están presentes en cada actividad y proceso dentro del mercado. Traduciendo así, en *digital inputs* primordiales desde lo digital para las actividades económicas que ejecutan los actores del sistema productivo en el seno de una sociedad.

Figura 1 Aproximación conceptual escalonada de la economía digital

Medida de la economía digital



Fuente: adaptado del Grupo de Trabajo sobre Economía Digital del G20 (2020).

Tipos de Negocios Digitales en la praxis de la economía digital

Para situar al lector, existen diferentes tipos de negocios digitales dentro del mercado de los servicios que se lista en la tabla 2, y que están en capacidad de escalar como parte del paradigma de la nueva economía que se va adaptando a los patrones de consumo de los clientes, que evoluciona en la misma dinámica de las tecnologías que están surgiendo como consecuencia del dinamismo de la globalización 4.0 e industria conectada.

Tabla 2 Tipos de modelos de negocios digitales

Tipos de negocios digitales		
Publicidad	Venta e-tail / E-commerce:	Marketplace

<ul style="list-style-type: none"> • Generan ingresos por los servicios adicionales u optimizados de un producto o servicio gratuito. Brinda servicios <i>on line</i> con versiones de uso libre, pero, limitada en ciertos aspectos, que se amplían con más 	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios cuyo modelo está centrado en obtener recursos por medio de la facturación de comisiones, realizando operaciones y transacciones por la vía de la plataforma que disponen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones dedicadas en brindar de manera gratuita productos, servicios o contenido a usuarios / clientes. Generan beneficios económicos por la publicación de anuncios en la plataforma o por la venta de los datos
Servicios a otros vendedores	Afilación	Suscripción
Organizaciones que se dedican a ofrecer servicios a otras corporaciones en áreas: <i>marketing</i> , tecnología, infraestructura, logística, entre otras. Funcionan como una especie de modalidad tipo <i>outsourcing</i> digital.	Empresas que identifican y captan clientes siguiendo patrones y preferencias de consumos (<i>big data</i> / analítica de datos) por la red para otras compañías. Obtienen beneficios a través de comisiones.	El cliente paga mensualmente una cantidad fija por recibir un servicio o producto recurrente por medio de red.
<i>Freemium</i>	Transaccionales	Modelo <i>Ads</i> y monetización de datos
Generan ingresos por los servicios adicionales u optimizados de un producto o servicio gratuito. Brinda servicios <i>on line</i> con versiones de uso libre, pero, limitada en	Negocios cuyo modelo está centrado en obtener recursos por medio de la facturación de comisiones, realizando operaciones y transacciones por la vía de la plataforma que	Organizaciones dedicadas en brindar de manera gratuita productos, servicios o contenido a usuarios / clientes. Generan beneficios económicos por la publicación de anuncios en la

ciertos aspectos, que se amplían con más contenido por un pago único o de suscripción.	disponen.	plataforma o por la venta de los datos anonimizados de los usuarios a terceros.
Open Source	Modelo compartido	Experiencia
Se refiere a un software con acceso libre, aquí existe una comunidad extensa de programadores que aportan a su desarrollo.	Es un enfoque de negocio compartido en términos comerciales con un plazo de tiempo estipulado entre las partes, como un coche, maquinaria y apartamento en la condición de alquiler. Se conectan a través de la red: <i>website</i> , app, redes sociales.	Consiste en agregar un ingrediente adicional a los productos con el uso de las tecnologías digitales para asegurar una experiencia inigualable.

Fuente: Adaptado de Somalo (2020).

Componentes que originan escalabilidad en los negocios digitales en Latinoamérica

A continuación, se presentan los diferentes componentes que son fundamentales para que se desarrollen los modelos de negocios digitales en la región de Latinoamérica, comprendiendo las diferencias que pueden existir en los países en vías de desarrollo, que existen algunos con problemas básicos de infraestructura en materia de telecomunicaciones, que reduce las opciones hacia la escalabilidad.

En la tabla 3 y figura 2, se presenta en función a las investigaciones rigurosas de un conjunto de estudios recientes para garantizar la actualización del conocimiento.

Tabla 3 Componentes para la escalabilidad de negocios digitales en Latinoamérica

Componentes	Análisis hermenéutico	Autores
Conectividad	El acceso a los servicios de conexión de internet requiere una	Aguirre & Gayá (2024).

Componentes	Análisis hermenéutico	Autores
	<p>infraestructura sólida para asegurar conectividad, cobertura y calidad.</p> <p>En Latinoamérica son necesarios mayores esfuerzos de las autoridades de gobierno para invertir en infraestructura de telecomunicaciones, que amplíe el acceso al conjunto de la sociedad.</p>	
Capacitación (competencias digitales)	<p>El empresario o emprendedor, debe manejar conocimientos sobre el negocio digital, gestionando las nuevas tendencias emergentes en términos de tecnología disruptivas para agregar valor a la propuesta.</p> <p>Aquí, las competencias digitales incrementan las opciones de éxito en el manejo del ecosistema virtual, elevando la calidad de servicios y experiencia de los clientes, al unir conocimientos técnicos con la experiencia.</p>	<p>Aguirre & Gayá (2024). Balcazar (2023). Vargas et al., (2022) Salazar (2021). Kantis & Federico (2020).</p>

<p>Planes de financiamiento y apoyo económico</p>	<p>Es fundamental políticas gubernamentales por medio de programas de financiamiento para las pymes y nuevas iniciativas empresariales, que</p>	<p>Aguirre & Gayá (2024). Balcazar (2023). Andonova et al., (2022). Domingo & Arús (2020).</p>
<p>Componentes</p>	<p>Análisis hermenéutico</p>	<p>Autores</p>
	<p>tengan acceso a recursos para invertir en negocios digitales, lo que incentivará que se active el sector terciario, los servicios.</p> <p>En Brasil y Uruguay existen programas que financian parte de la estructura de costo de consultorías en materia de innovación para la transformación digital, preparación y puesta en marcha de tipo de negocios, marketplaces. Uruguay y Argentina disponen de esquemas de financiación a través de aportes no reembolsables, así como ofrecer beneficios impositivos.</p>	

Estrategias para competitividad	Es clave definir estrategias que originen una ruptura con los esquemas tradicionales, es fundamental conocer a detalle los patrones y preferencia de los consumidores por herramientas más expedita como la analítica de datos (<i>big data</i>).	Balcazar (2023). Vargas et al., (2022).
Oferta digital atractiva: propuesta de valor	Brindan alternativas de comercialización de productos y servicios que le ahorren costos, desplazamiento, que resuelve una necesidad	Balcazar (2023). Vargas et al., (2022). Domingo & Arús

Componentes	Análisis hermenéutico	Autores
	o problemática y la entrega sea inmediata para satisfacer las demandas.	(2020).
Computación en la nube	Mejorar la personalización y experiencia de los clientes a través de mayor eficiencia en los procesos de la cadena de valor del negocio digital (operaciones), aprovechando los recursos de analítica de datos e IA para gestionar información de clientes.	Instituto de Tecnología de Massachusetts & Corporación NTT Data (2023).
Análisis del entorno	<p>Efectuar seguimiento exhaustivo a las variables e indicadores sobre el funcionamiento del entorno, el segmento del mercado donde operan llevando a cabo estimaciones para reducir escenarios de incertidumbre y riesgos.</p> <p>En contextos de crisis y lapsos de recuperación de una economía, son propicios para el lanzamiento de nuevos productos, servicios o procesos que añadan valor.</p>	Balcazar (2023). Domingo & Arús (2020).
Economía colaborativa	En Latinoamérica, el desarrollo de plataformas	Martín (2023).

Componentes	Análisis hermenéutico	Autores
	colaborativas digitales para el transporte y la entrega de alimentos está expandiéndose en la región, se aúpa desde el paradigma de la economía naranja que es digital.	

Fuente: Elaboración propia con información adaptada de Domingo & Arús (2020); Salazar (2021); Kantis & Federico (2020); Andonova et al., (2022); Vargas et al., (2022); Martín (2023); Balcazar (2023); Instituto de Tecnología de Massachusetts & Corporación NTT Data (2023), y Aguirre & Gayá (2024).

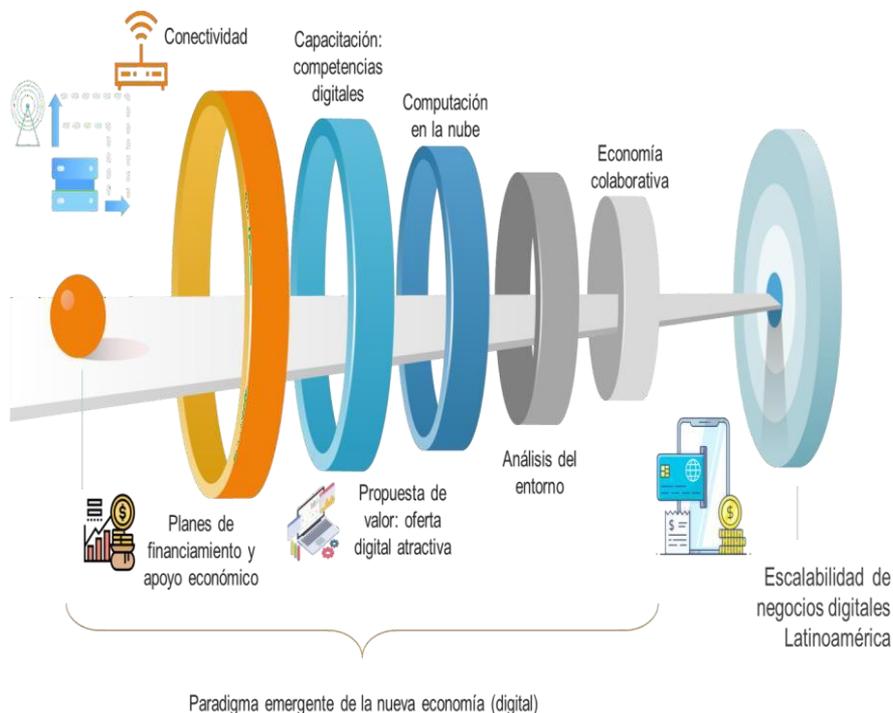


Figura 2 Componentes para la escalabilidad de negocios digitales en Latinoamérica
Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

El avance del paradigma de la nueva economía es un hecho y cada día toma mayor auge con el apoyo de las tecnologías disruptivas que evolucionan como parte de la industria inteligente y la globalización 4.0.

Latinoamérica no es la excepción, la digitalización de las sociedades de esta región tiene que aunar mayores esfuerzos, recursos e inversiones para asegurar la alfabetización digital de la población para el acceso a servicios de internet, lo que permitirá que los negocios digitales se multipliquen como parte de la evolución de la economía tradicional, hacia una física y digital.

Los negocios digitales como *e-commerce*, *marketplace*, *de afiliación*, *suscripción*, *freemium*, *open source*, entre otros, tienen un papel significativo para el dinamismo y desarrollo de actividades socio productivas en el tejido empresarial e industrial, inclusive en los servicios de cosa pública, transformando tecnológicamente los procesos de la cadena de valor para que los consumidores accedan en tiempo real a la compra-venta de productos y servicios, en función a los cambios de las preferencias de los clientes en el consumo.

Para evitar frustraciones en las pymes, emprendedores, corporaciones consolidadas y demás actores en el mercado, la escalabilidad es un concepto que impulsa la sobrevivencia, permanencia, posicionamiento, competitividad y apertura de nuevas sucursales de un negocio digital en Latinoamérica, cuyos componentes para materializar escalabilidad en el segmento de mercado donde operan son: conectividad, capacitación, planes de financiamiento, oferta digital atractiva propuesta de valor, estrategia para la competitividad, computación en la nube, análisis del entorno y economía colaborativa.

Finalmente, estos tipos de negocios digitales deben estar en constante actualización, dinamismo, adquisición de conocimientos para identificar potencialidades creativas que

generen productos, servicios y procesos cada vez más innovadores, que cautiven al público objetivo, lo que se traducirá en valor agregado compartido en términos económico, financiero, social y medio ambiental, al reducir agentes contaminantes.

Referencias

- Aguirre Y., & Gayá, R. (2024). Programas escalables para la transformación digital de las pymes con miras a la exportación. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. <https://goo.su/Heel>
- Andonova, V., Casanova, L., Finchelstein, D., & García, J. (2022). The rise of digital entrepreneurship in Latin America. *Internext*, 18(1), 104-110. <https://doi.org/10.18568/internext.v18i1.735>
- Arévalo, D., Fuenmayor, N., Abreu, J y Marín, C. (2021). Startups: modelo de negocios emergentes para dinamizar y revitalizar los mercados desde la transcomplejidad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26 (5), 444-458. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.29>
- Arévalo, P; Cruz, J; Guevara, C; Maldonado, A; Bonilla, S; Bastidas, A; Lanás, G; Zapata, J, Arias, H y Ramos, C. (2020). Actualización en metodología de la investigación científica. Editorial Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Baixas, M. (2020). El gran libro de los negocios online. Editorial Planeta.
- Balcazar, A. (2023). Escalabilidad en las start-ups: Factor dinamizador para la supervivencia en América Latina. *Petroglifos. Revista Crítica Transdisciplinaria*, 6(1), 1-15. https://petroglifosrevistacritica.org.ve/wp-content/rep/2023_060102.pdf
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2022). Digitalización de las Pymes en América Latina: Mejorando capacidades internas y acceso a financiamiento. Editorial CAF.

Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). Digital business and e-commerce management. Pearson UK.

Domingo, S., y Arús, A. (2020). Los factores que determinan el éxito de una start-up. Harvard Deusto Business Review, 50-59. <https://goo.su/uz2UuT>

G20 Digital Economy Working Group. (2020). A roadmap toward a common framework for measuring the digital economy. OECD.

Hadi, M; Martel, C; Huayta, F; Rojas, C, y Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. Editorial Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi.

Instituto de Tecnología de Massachusetts & Corporación NTT Data (2023). Cloud en América Latina: acelerador clave en la adaptación y madurez tecnológica. <https://co.nttdata.com/insights/estudios/cloud-en-america-latina>.

Kantis, H., & Federico, J. (2020). A dynamic model of entrepreneurial ecosystems evolution. Journal of Evolutionary Studies in Business, 5 (1), 182-220. <https://doi.org/10.1344/jesb2020.1.j072>

Lynn, T; Pierangelo, R; Conway, E; Curran, D; Fox, G & O'Gorman, C. (2022). Digital Towns Accelerating and Measuring the Digital Transformation of Rural Societies and Economies. Palgrave Macmillan.

Martín, G. (2023). 1ra Parte - Emprendedores, Startups y el auge de los negocios digitales en Latinoamérica. Universitas Business School. <https://goo.su/pwk27L>

Mottaeva, M., Khussainova, Z., & Gordeyeva, Y. (2023). Impact of the digital economy on the development of economic systems. E3S Web of Conferences, 381, 1-10. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338102011>

- Neves, P., & Zilber, N. (2023). Digital Startups Survivor and Scalability: Identifying Variables for Accelerated Growth. *Open Journal of Business and Management*, 11, 1927-1947. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.115107>
- Romero, H; Real, J; Ordoñez, J; Gavino, G, y Saldarria, G. (2021). *Metodología de la Investigación*. Edicumbre Editorial Corporativa.
- Salazar, J. (2021). Digital transformation. Economic and employment reactivation in Latin America and the Caribbean post COVID-19. Washington DC: OEA. <https://goo.su/ZJR2>
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Publishing Group.
- Somalo, I. (2020). *Modelos de negocio digitales: cómo y por qué las startups baten a las empresas tradicionales*. Editorial Planeta.
- Statista Research Department. (2023). *El sector de comercio electrónico en América Latina - Datos estadísticos*. <https://n9.cl/27ve9m>
- Vargas, I., Motta, M., Escudero, B., & Barrientos, P. (2022). Economía, comercio digital y el consumo del ciudadano de Lima metropolitana. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(1), 7-20. DOI: 10.22507/rli.v19n1a1
- World Economic Forum. (2024). *The Digital Economy*. WEF. <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb000001SH21EAG>