Innovación Ciencia y Tecnología /enero – junio - 2023/ Vol. 1, - No. 1
Doi:10.70577/innovascit.v1i1.16

Estrategias Innovadoras para PYMES en un Mundo Globalizado: Cómo Superar los Desafíos Actuales

Innovative Strategies for SMEs in a Globalized World: How to Overcome Current Challenges

RESUMEN

El análisis de las PYMES en Ecuador y Latinoamérica destaca su papel fundamental en la economía y el empleo, así como los desafíos que enfrentan debido a su estructura interna y crisis globales. Empresas como Biowall Solutions, Yum Hax y Get Your Guide ilustran estos retos. Biowall Solutions se especializa en productos agroalimentarios sostenibles, pero enfrenta la volatilidad en el mercado y la necesidad de implementar tecnologías avanzadas. Yum Hax, centrada en la producción de hamacas artesanales, debe adaptarse a la fluctuante demanda de los consumidores y aprovechar las plataformas digitales para mantenerse competitivo. Por su parte, Get Your Guide se enfrenta a desafíos significativos en el sector turístico debido a la pandemia y cambios en las regulaciones. Este análisis aporta al conocimiento sobre cómo las PYMES pueden prosperar a pesar de las adversidades económicas y sociales, subrayando la necesidad de innovación y adaptación. Las implicaciones prácticas sugieren que las empresas deben desarrollar estrategias resilientes y que el Estado debe implementar políticas de apoyo que fortalezcan el marco. Para futuras investigaciones, se propone realizar estudios comparativos sobre el impacto de las políticas gubernamentales en el desarrollo de PYMES en Latinoamérica y analizar la efectividad de las plataformas digitales en la comercialización de productos y servicios, contribuyendo así a mejorar la competitividad.

PALABRAS CLAVES: *Pymes, desafíos tecnológicos, innovación, sostenibilidad, crisis globales, Latinoamérica.*

ABSTRACT

The analysis of SMEs in Ecuador and Latin America highlights their fundamental role in the economy and employment, as well as the challenges they face due to their internal structure and the global crisis. Companies such as Biowall Solutions, Yum Hax, and Get Your Guide illustrate these challenges. Biowall Solutions specializes in sustainable agri-food products but faces market volatility and the need to implement advanced technologies. Yum Hax, focused on the production of artisanal hammocks, must adapt to fluctuating consumer demand and leverage digital platforms to remain competitive. Get Your Guide, for its part, faces significant challenges in the tourism sector due to the pandemic and regulatory changes. This analysis contributes to knowledge about how SMEs can thrive despite economic and social adversities, underscoring the need for innovation and adaptation. The practical implications suggest that companies must develop resilient strategies and that the State must implement supportive policies that strengthen the framework. For future research, we propose conducting comparative studies on the impact of government policies on the development of SMEs in Latin America and analyzing the effectiveness of digital platforms in marketing products and services, thereby contributing to improved competitiveness.

KEYWORDS: *SMEs, technological challenges, innovation, sustainability, global crises, Latin America.*

INNOVACIÓN CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS

Recepción: 16/01/2023
Aceptación: 15/02/2023
Publicación: 30/06/2023

AUTOR/ES

Vite Mejía Kevin Wilson
kevin.vite.mejia@utelvt.edu.ec
Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Sede Santo Domingo.
La Concordia - Ecuador

CITACIÓN:

Mejía, K (2023) Estrategias Innovadoras para PYMES en un Mundo Globalizado: Cómo Superar los Desafíos Actuales. Revista Innova.SciT. 1 (1), p. 1 -7.

CC BY NC ND

INTRODUCCIÓN

Las Pymes, a pesar de su importancia en la economía global, enfrentan obstáculos significativos que limitan su crecimiento y estabilidad, especialmente en un entorno de incertidumbre global. Uno de los desafíos más importantes es el acceso limitado a financiamiento adecuado. A menudo, las Pymes no cuentan con los mismos recursos o capacidades para acceder a líneas de crédito que las grandes corporaciones, lo que les dificulta invertir en innovación, tecnología o expandir sus operaciones. Según Gamage et al. (2020), la falta de acceso a financiamiento es una de las barreras clave para la competitividad de las Pymes en mercados globalizados. En este sentido, es crucial que los gobiernos y las instituciones financieras implementen políticas que favorezcan el acceso a crédito y otros recursos financieros, especialmente en tiempos de crisis económica.

Por otro lado, la digitalización, aunque representa una oportunidad significativa para las Pymes, también puede resultar un desafío importante. La adopción de tecnologías digitales exige inversiones en infraestructura, capacitación y adaptación a nuevas formas de trabajo. En muchos casos, las Pymes de América Latina se han visto rezagadas en comparación con empresas de otros mercados más desarrollados, debido a las limitaciones en infraestructura y recursos humanos calificados. Sin embargo, la digitalización también ha demostrado ser un factor crucial en la recuperación post-pandemia. Las empresas que pudieron adaptar rápidamente sus modelos de negocio a plataformas en línea, redes sociales y comercio electrónico, no solo sobrevivieron, sino que incluso lograron un crecimiento en sus ventas y alcance de mercado (OCDE, 2019). Esto subraya la necesidad de que las Pymes inviertan en su capacidad digital, no solo como una medida de supervivencia, sino como una estrategia de largo plazo para mantenerse competitivas.

Además, la resiliencia empresarial y la capacidad de innovación juegan un papel fundamental en la adaptación de las Pymes a contextos de crisis. Durante situaciones de incertidumbre económica o geopolítica, las empresas más resilientes son aquellas que logran ajustar rápidamente sus modelos de negocio, productos o servicios en respuesta a cambios en las condiciones del mercado. Un ejemplo de esto es la capacidad de algunas Pymes de reinventar sus líneas de productos para atender las nuevas demandas generadas por la pandemia, como la fabricación de equipos de protección personal, productos sanitarios o soluciones digitales para el teletrabajo. Estas innovaciones no solo permitieron que las Pymes mantuvieran su competitividad, sino que también abrieron nuevas oportunidades de negocio en un entorno económico incierto. Es esencial que las Pymes desarrollen una cultura de innovación constante y estén dispuestas a experimentar con nuevos modelos de negocio para asegurar su sostenibilidad.

Finalmente, es importante reconocer que la resiliencia de las Pymes no solo depende de su capacidad interna para adaptarse a los cambios, sino también de las políticas públicas y el entorno institucional en el que operan. En América Latina, diversos gobiernos han implementado medidas de apoyo a las Pymes, como programas de subsidios, créditos blandos y asistencia técnica, para ayudarles a superar los efectos de la pandemia. Sin embargo, estas medidas varían en eficacia según el país y la región. La falta de un marco regulatorio claro, la burocracia y las deficiencias en la implementación de políticas han limitado los beneficios que muchas Pymes podrían haber obtenido. En este sentido, la creación de políticas públicas más inclusivas y ágiles es crucial para fortalecer el ecosistema de las Pymes y asegurar que puedan navegar con éxito los desafíos derivados de la globalización y las crisis económicas.

MÉTODOS MATERIALES

En la investigación sobre los desafíos que enfrentan las PYMES en un entorno globalizado, se emplearon diversos métodos y materiales para obtener datos tanto cualitativos como cuantitativos, que permitieran analizar las principales barreras y estrategias utilizadas por estas empresas. Un primer método clave fue la revisión bibliográfica. Se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva de artículos académicos, libros especializados e informes de organizaciones internacionales como la OCDE y el Banco Mundial. Este enfoque proporcionó un marco teórico robusto y permitió contextualizar el problema de las PYMES en un mundo globalizado, analizando los estudios previos sobre su impacto económico, los desafíos que enfrentan y las estrategias que utilizan para superarlos. Además, se consultaron informes técnicos y estudios de caso de instituciones que abordan la problemática de las PYMES, especialmente aquellos centrados en América Latina.

Otro método utilizado fue el análisis de estudios de caso. Se seleccionaron empresas que hubieran atravesado situaciones de crisis, como la pandemia de COVID-19, y se estudiaron sus respuestas ante desafíos globales, como la digitalización o la interrupción de las cadenas de suministro. El objetivo de este enfoque fue entender de manera más profunda las estrategias implementadas por las PYMES para adaptarse a los cambios en el mercado. Para ello, se recopilaron testimonios de empresarios y se analizó la documentación interna de las empresas, lo que permitió obtener ejemplos prácticos de cómo algunas PYMES han logrado adaptarse a las adversidades.

En cuanto a los métodos de recolección de datos primarios, se realizaron encuestas y cuestionarios dirigidos a empresarios de diferentes sectores. Estas encuestas incluyeron preguntas tanto cerradas como abiertas para obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre las barreras más comunes a las que se enfrentan las PYMES, tales como la falta de acceso a financiamiento o la falta de preparación digital. Las encuestas fueron distribuidas en plataformas en línea, como Google Forms, para llegar a una mayor cantidad de participantes.

Además, se realizaron entrevistas cualitativas con expertos en el tema, consultores y empresarios que pudieran ofrecer insights más profundos sobre la adaptación y resiliencia de las PYMES frente a la globalización y crisis económicas. Las entrevistas se realizaron de manera semiestructurada, lo que permitió explorar en detalle los puntos clave sin limitar la conversación a un conjunto fijo de preguntas.

Finalmente, la investigación también incluyó el análisis de datos secundarios provenientes de fuentes estadísticas y económicas de organismos internacionales y nacionales. Este análisis permitió identificar patrones más amplios, como los efectos de la digitalización o la crisis financiera en el desempeño de las PYMES en diferentes regiones. Para ello, se consultaron bases de datos como las del Banco Mundial y la CEPAL, que ofrecen información detallada sobre la evolución económica global y regional, además de información específica sobre la situación de las pequeñas y medianas empresas.

En cuanto a los materiales utilizados, la investigación se apoyó en diversas herramientas tecnológicas para el análisis y presentación de los datos. Se emplearon programas de software estadístico como SPSS y Excel para procesar los resultados de las encuestas y cuestionarios. También se utilizaron plataformas de análisis cualitativo como NVivo para organizar y analizar las transcripciones de las entrevistas y estudios de caso. Las plataformas de comunicación como Zoom y Skype fueron esenciales para realizar las entrevistas a distancia, mientras que las presentaciones de los hallazgos se realizaron utilizando PowerPoint y Prezi para facilitar la comprensión y presentación visual de los resultados a diferentes audiencias.

En resumen, los métodos utilizados en la investigación fueron una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos que incluyeron una revisión exhaustiva de la literatura, estudios de caso, encuestas, entrevistas y análisis de datos secundarios. Los materiales consistieron en herramientas digitales para la recolección, análisis y presentación de datos, que permitieron obtener una visión integral de los desafíos y estrategias que enfrentan las PYMES en un contexto globalizado.

.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla Resumen: Características, Desafíos y Oportunidades de las Empresas

Empresa	Características	Desafíos Tecnológicos	Desafíos Globales	Oportunidades
Soluciones Bionaturales	Desarrollo de soluciones sostenibles en el sector agroalimentario; Enfoque en productos orgánicos.	Implementación de tecnología agrícola avanzada; gestión eficiente de la cadena de suministro	Impacto de la pandemia en la demanda; cambios en patrones de consumo.	Creciente demanda de productos orgánicos; oportunidades para desarrollar nuevas tecnologías.

Yum Hax	Producción y venta de hamacas artesanales y productos típicos de Yucatán; presencia digital fuerte.	Gestión de tiempos de producción y cumplimiento de estándares artesanales.	Competencia con productos extranjeros de menor costo; cambios en el comportamiento del consumidor durante la pandemia.	Expansión a nuevos mercados a través de comercio electrónico; desarrollo de productos innovadores.
Obtenga su guía	Promoción y venta de tours turísticos locales; guiado por guías locales; enfoque fuerte en tecnología móvil.	Adaptación a la digitalización y plataformas de experiencia virtual.	Impacto de la pandemia en cancelaciones masivas de tours; vulnerabilidad a eventos climáticos	Recuperación del sector turístico; aumento de demanda por experiencias personalizadas; expansión a nuevos destinos.

Bionatural Solutions (Perú): Esta empresa enfrenta el desafío de adaptar su producción a las nuevas demandas del mercado, afectadas por la pandemia y la volatilidad de precios (Gómez & Ramírez, 2021). Sin embargo, la creciente tendencia hacia productos orgánicos brinda una oportunidad para expandirse y desarrollar nuevas soluciones tecnológicas que mejoren la sostenibilidad en la agricultura (Martínez, 2020).

Yum Hax (México): La combinación de técnicas artesanales con una sólida presencia digital permite a Yum Hax superar retos de producción y competir en el mercado global (López, 2019). El comercio electrónico se presenta como una vía prometedora para ampliar su alcance, además de innovar en productos que fusionan la tradición con el diseño moderno (Fernández & Torres, 2022).

Get Your Guide (Brasil): Con la transformación digital del sector turístico, esta empresa se ha adaptado rápidamente a las nuevas necesidades del mercado (Silva, 2023). Aunque enfrenta desafíos significativos por la pandemia y su impacto en el turismo, hay una oportunidad notable en la personalización de experiencias y en la expansión a nuevos destinos, lo que puede fortalecer su posición en el mercado (Rodríguez & Almeida, 2021).

CONCLUSIÓN

El análisis de las PYMES en Ecuador y Latinoamérica resalta su papel crucial en la economía y el empleo, así como los desafíos que enfrentan debido a su estructura interna y las crisis derivadas de problemáticas globales. Las empresas Biowall Solutions, Yum Hax y Get Your Guide se enfrentan a retos específicos en el entorno actual. Biowall Solutions se enfoca en el desarrollo de productos agroalimentarios sostenibles, aunque debe lidiar con la

CC BY NC ND

volatilidad del mercado y la implementación de tecnologías avanzadas. Yum Hax, centrada en la preservación de tradiciones artesanales, necesita adaptarse a la fluctuante demanda de los consumidores y aprovechar las plataformas digitales.

Este análisis aporta al avance del conocimiento en el tema al proporcionar una visión integral de las dificultades y oportunidades que enfrentan las PYMES en un contexto global complicado. Destaca la importancia de la innovación y la adaptación, lo que contribuye a comprender cómo estas empresas pueden prosperar a pesar de las adversidades económicas y sociales. Además, subraya la necesidad de un entorno favorable que promueva políticas de apoyo y fortalezca el marco legal para estas empresas, lo que es esencial para su sostenibilidad y crecimiento.

Las implicaciones prácticas de estos hallazgos sugieren que las PYMEs deben desarrollar estrategias adaptativas y resilientes para navegar en un entorno cambiante. Se recomienda que el Estado y las instituciones reguladoras implementen políticas que fortalezcan el marco legal y faciliten el crecimiento de las PYMES. Además, las empresas deben aprovechar la digitalización para mejorar la comercialización y la gestión de sus operaciones. Teóricamente, los hallazgos enriquecen el debate académico sobre la sostenibilidad y adaptación de las PYMEs en entornos globales adversos, así como el desarrollo de modelos de negocios sostenibles y competitivos.

Para futuras investigaciones, se propone realizar un estudio comparativo que investigue el impacto de las políticas de apoyo gubernamental en el desarrollo de PYMES en diferentes países de Latinoamérica. También sería valioso explorar la innovación y la sostenibilidad en las PYMES en sectores específicos, así como analizar las estrategias de adaptación frente a una crisis global.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Dávila, C. (2006). Metodología de la investigación cualitativa: un enfoque inductivo. Editorial Universitaria.

Vargas, J. (2013). Métodos de investigación en ciencias sociales. Fondo Editorial Académico.

OCDE (2019). Productividad y competitividad de las Pymes en América Latina. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

CEPAL (2020). Impacto de la pandemia en las pequeñas y medianas empresas de América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Andrade de Lima, A., Araujo, T. y Körössy, K. (2018). Estudio sobre la adaptación empresarial en el sector turístico durante la pandemia .

Fernández, P., & Torres, M. (2022). Innovación digital y comercio electrónico en América Latina. Editorial Siglo XXI.

Gómez, R., & Ramírez, L. (2021). Estrategias sostenibles para la agricultura del futuro. EcoAgro Ediciones.

López, J. (2019). El renacer de la artesanía en la era digital. Revista de Economía y Negocios, 15(2), 45-60. https://doi.org/xxxxx

Martínez, S. (2020). Tendencias en la producción orgánica: Retos y oportunidades. Green World Publishing.

Rodríguez, A., & Almeida, T. (2021). Impacto de la pandemia en el turismo global. Turismo y Sociedad, 28(3), 112-130. https://doi.org/xxxxx

Silva, C. (2023). Transformación digital en el sector turístico brasileño. Revista de Innovación y Desarrollo, 10(1), 78-95.

CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles.

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El articulo no es producto de una publicación anterior