



**Identificación del grado de la transformación digital de los procesos empresariales en la
operación de los Microempresarios dedicados a la producción de frutas tropicales y
subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.**

Amy Zarrin Mina Viveros

21872023106

Universidad Antonio Nariño.

Facultad de ciencias económicas y administrativa

Maestría en gerencia financiera y tributaria

Santander de Quilichao, Colombia.

2022

Identificación del grado en la transformación digital de los procesos empresariales en la operación de los Microempresarios dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

Amy Zarrin Mina Viveros

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Gerencia Financiera y Tributaria

Director:

MBA, Especialista en Finanzas, Contador Público

William Alexander Malpica Zapata

Línea de investigación:

Competitividad

Universidad Antonio Nariño.

Facultad de ciencias económicas y administrativa

Maestría en gerencia financiera y tributaria.

Santander de Quilichao, Colombia

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado: “**Identificación del grado en la transformación digital de los procesos empresariales en la operación de los Microempresarios dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca**”, Cumple con los requisitos para optar Al título de
Magister en Gerencia Financiera y Tributaria.

Firma Tutor

Firma Jurado.

Firma Jurado.

Tabla de contenido

Tabla de ilustraciones.	5
Resumen.....	6
Abstract.....	6
Introducción.	7
1. Planteamiento del problema.....	8
2. Objetivo.....	9
2.1. Objetivos Específicos.....	10
3. Justificación	10
4. Estado del arte.....	13
5. Marco Teórico.....	16
6. Metodología.	21
7. Resultados.	23
8. Discusión de resultados.....	30
9. Estrategias.....	32
10. Conclusiones.	34
Recomendaciones	36
Referencias.....	37
Anexos	40

Lista de ilustraciones.

Gráfico 1. ¿cuánto tiempo tiene de creada su microempresa?.....	23
Gráfico 2. ¿Con cuántos colaboradores cuenta, sin importar el tipo de contrato?.....	24
Gráfico 3 ¿Su microempresa está registrada en cámara y comercio?.....	25
Gráfico 4 ¿Tiene acceso a equipo de cómputo?.....	26
Gráfico 5 ¿Tiene acceso a internet?.....	26
Gráfico 6 ¿Cuenta con algún software?.....	27
Gráfico 7 ¿Cuáles de los siguientes medios de pago utiliza para el pago de insumos, servicios entre otros de su negocio y cobro a sus clientes?	28
Gráfico 8 Cuales de los siguientes medios utiliza para almacenar sus documentos?	29

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el grado de digitalización en la operación de los pequeños productores dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales en el Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, e incorporación de herramientas TICs en sus procesos productivos, teniendo en cuenta, que se ha presentado un avance tecnológico el cual ha encaminado a la utilización de esta herramienta la cual fortalece las relaciones comerciales y mejorar los procesos tanto de producción como de comercialización.

Por lo cual se ha elaborado un estudio por medio de encuestas como instrumento de recolección de información, que permitirán realizar dicho diagnóstico y determinar qué grado de digitalización tienen los microempresarios dedicados al cultivo de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Departamento del Cauca.

Palabras clave: Transformación digital, microempresa, frutas tropicales, competitividad.

Abstract

The objective of this research work is to analyze the degree of digitalization of micro-businesses dedicated to the cultivation of tropical and subtropical fruits in the municipality of Santander de Quilichao, Department of Cauca, considering that technological advances have occurred, which have led to the use of this tool which strengthens business relationships and improves both the production and commercialization processes.

For this reason, a study has been conducted through surveys as an instrument for collecting information. This will allow for the diagnosis to be efficiently executed, and subsequently be able to determine the degree of digitalization of the micro-entrepreneurs

dedicated to the cultivation of tropical and subtropical fruits in the municipality of Santander de Quilichao, Department of Cauca.

Keywords: Digital transformation, microenterprise, tropical fruits, competitiveness

Introducción.

La digitalización ha sido mal entendida por los microempresarios como el solo uso de redes como LinkedIn, Instagram o Facebook, el estudio de casos empresariales recientes, buenas practicas en diferentes industrias y las tendencias investigativas en la academia permiten observar que la transformación digital en las organizaciones es un pilar fundamental para alcanzar el éxito empresarial.

Hoy en día están sumergidos en un universo digital de continuo progreso y cambio en el que la tecnología está siendo el motor y les brinda un sin número de oportunidades para obtener progreso. Es tan marcado el impacto que ha tenido y seguirá teniendo los avances tecnológicos que se puede evidenciar que sus vidas, poco a poco ha cambiado la manera de socializar, de trabajar, de pensar, inclinando todo hacia una nueva cultura digital. Hay que tener en cuenta, que estos cambios traen consigo mayor eficiencia en todas las gestiones que llevamos a cabo en el día, día.

De igual manera las microempresas anexan todos estos logros a sus procesos y los ajustan a su forma de trabajar para que su beneficio se multiplique y logren conseguir un mayor beneficio, que les proporcionara en muchos casos la optimización de recursos, la reducción de tiempo, eficiencia y eficacia, creación de valor y crecimiento en toda la economía.

La digitalización conlleva a mejorar los resultados financieros debido a que hay una relación estrecha entre la digitalización de procesos y las herramientas digitales, ya que contribuye a la reducción de costos, optimiza los tiempos de procesos y por ende puede maximizar la utilidad y proporcionar ventajas competitivas para los microempresarios.

El objetivo principal del proyecto es analizar el grado de digitalización en la operación de los pequeños productores dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales en el Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, e incorporación de herramientas TICs en sus procesos. De esta manera se estudió, el cómo ha logrado su adaptación al cambio; por medio de la encuesta a una muestra de 65 microempresarios se realizó una discusión y finalmente se plantean estrategias para la implementación de la digitalización.

1. Planteamiento del problema.

La transformación digital es una de las primeras estrategias que muchas microempresas de todos los sectores económicos a nivel mundial incursionarán en los próximos años. A medida que pasa el tiempo más organizaciones realizan investigaciones y motivan a estos a innovar con la digitalización y lograr un aumento de la eficiencia de esta transformación. Sin embargo, aunque el sector digital ha tenido un notable crecimiento, las microempresas no están realmente encaminadas hacia esta estrategia.

A nivel mundial, la adaptación a los avances tecnológicos es una tarea pendiente que tienen los microempresarios y en mayor grado los procesos enfocados a la digitalización. En las

microempresas del sector agrícola se hace más evidente este poco avance lo cual genera desventaja y un retroceso en el crecimiento de estas tanto a nivel comercial como financiero.

En esta área Colombia no es la excepción, a pesar de que se han tenido avances en diferentes campos, para el sector agrícola la digitalización no es de vital importancia y son los últimos en entender que la apropiación de nuevas tecnologías en sus procesos trae consigo beneficios. Debido a esto los productores de frutas tropicales y subtropicales se ven obligados a recurrir a intermediarios los cuales se quedan con la mayor ganancia lo cual no contribuye con el mejoramiento de la calidad de vida de los microempresarios.

A nivel local, en el Municipio de Santander de Quilichao este atraso cada día es más evidente. La falta de transformación digital es causada por múltiples factores, entre ellos, el miedo al cambio, desconocimiento y falta de recursos. Por lo anterior, las microempresas deben ajustarse el proceso de cambio de la transformación digital, la cual se ha vuelto una prioridad para cualquier empresa sea pequeña o de gran tamaño, brindando un mejor nivel de competitividad y logrando un incremento en sus ventas.

Por lo anterior se consideró conveniente formular la siguiente pregunta investigativa:
¿Por qué factores las microempresas dedicadas al cultivo de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao no han implementado procesos de transformación digital?

2. Objetivo.

Analizar el grado de digitalización en la operación de los pequeños productores dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales en el Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, e incorporación de herramientas TICs en sus procesos productivos.

2.1. Objetivos Específicos

Aplicar un instrumento de recolección de la información a microempresas productoras de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

Identificar el grado actual en la transformación digital de los procesos empresariales en la operación de los Microempresarios dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

Describir estrategias que permitan a las microempresarias dedicadas a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, avanzar en la transformación digital.

3. Justificación

Con la presente investigación se busca principalmente analizar el grado de digitalización en la operación de los pequeños productores dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales en el Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, e incorporación de herramientas TICs en sus procesos productivos. Con el fin de analizar este grupo específico, se tiene en cuenta algunos datos estratégicos y estadísticos que se han realizado en Colombia al momento de ejecutar una transformación digital en microempresas.

De acuerdo con el Ministerio de Tecnologías (2019) de la información y Comunicaciones (MinTIC) las micro, pequeñas y medianas empresas son de vital importancia en el crecimiento de la economía. Más del 90% del total de empresas del país, son microempresas, lo cual indica

que son la base de la economía del país. Por lo anterior se decidió estudiar este grupo de empresas.

Desde la perspectiva de competitividad en las organizaciones es relevante mencionar que un mayor grado de transformación digital aumenta la competitividad de una organización, y teniendo en cuenta que en la población estudiada el avance es casi nulo, es el principal por qué de encaminar sus energías hacia la realización de estrategias que conlleven a la transformación digital. Lo cual les permitirá utilizar herramientas para mejorar la operación del negocio y generar estrategias que permitan obtener disminución en tiempos y costos de procesos.

Con los cambios económicos que ha venido presentando el País, las microempresas se han visto obligadas a innovar en todas sus áreas, como son: el mercadeo, ventas y finanzas, se puede decir que la tecnología representa un alto porcentaje de este cambio, el cual para no ha permitido que muchas de ellas logren avanzar a un buen ritmo. Este cambio ha ocasionado también que la comunicación entre la microempresa y la sociedad sea de manera rápida y completa. Este acceso a la tecnología y comunicación, han permitido un progreso de manera rápida el cual contribuye a que los microempresarios obtengan una mejor calidad de vida.

La transformación digital está cambiando la economía, la manera de ver los mercados y la mano de obra, por lo que está dejando de ser un lujo de pocos, a ser un factor importante que influye y es relevante para lograr aumentar las posibilidades de permanecer en un entorno tan cambiante, a tener un alto nivel de adaptabilidad frente a las exigencias del cliente, impulsando así a la cultura de la innovación.

Para Colombia es importante el desarrollado de otros sectores a los que contribuyen en mayor grado a la economía del país, y más aún en el agrícola que sin duda alguna posee un

potencial mayor para ser explotado, en el cual la transformación digital de una manera u otra crea ventajas competitivas que impactaran de manera directa a los pequeños productores.

La digitalización de las empresas se ha convertido en una necesidad ya que permite sobrevivir y competir en esta era digital. Con esta investigación se quiere analizar el grado de digitalización de los microempresarios dedicados al cultivo de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

Para la Gerencia financiera la digitalización de las microempresas es importante ya que conlleva a mejorar el desempeño financiero, mejorar resultados y aporta una ventaja competitiva, generando oportunidades de mejora en todas las áreas. La digitalización es potencialmente beneficiosa ya que incrementa las capacidades de las microempresas, ayuda a apreciar los cambios del entorno, proporcionando, variedad, velocidad y valor, haciendo posible que las microempresas obtengan información a un costo bajo.

Con este trabajo, se espera que los microempresarios no solo los dedicados al cultivo de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao logren identificar e implementar la digitalización en sus microempresas logrando identificar los beneficios de las nuevas tecnologías, ya que su uso en muchos casos es obligatorio. Así mismo, se espera que las entidades que no implementen algún tipo de digitalización, ya sea por desconocimiento, falta de medios o capacitación, logren obtener confianza e implementarlos.

Debido a que se evidencio que existen barreras tanto económicas, culturales y sociales que impiden la inclusión de estrategias de transformación digital se tiene como finalidad aportar estrategias que beneficien la transformación digital de este tipo de microempresas teniendo en

cuenta los resultados de las encuestas realizadas a la muestra de 65 microempresas, estableciendo posibles mejoras.

4. Estado del arte.

De acuerdo con Economía Aplicada (2019), en Colombia, el esfuerzo se posicionar y lograr microempresas más competitivas se ha realizado con mayor intensidad. De acuerdo con las más recientes estadísticas suministradas por la Cámara de Comercio, entre la población total de 1.620.000 organizaciones registradas, aproximadamente 1.500.000 pertenecen a microempresas, entidades sin muchos recursos en las que los procesos de digitalización son pocos, y requieren de forma especial el apoyo de entidades como el Ministerio de Tecnologías de la Información (MinTic) y otras entidades de financiamiento del país.

En el año 2010, se inició el proyecto Plan Vive Digital, el cual tuvo una duración de cuatro años, el cual contribuyó a promover la inclusión de la tecnología como aliado principal en la integración del país con mayor índice de igualdad y educación. Para el Plan Vive Digital de los años 2014 a 2018, (MinTIC, 2014).

En la investigación respecto al tema de la digitalización de las microempresas se realizó una investigación con trabajos anteriores a través de diversas bases de datos, buscando proyectos, trabajos de investigación y artículos relacionados con el tema ya mencionado para elaborar un punto de partida sólido dentro del presente trabajo, buscando hacer una selección adecuada de los trabajos a estudiar en este apartado, la selección de fuentes ha tenido en cuenta organizaciones, trabajos de investigación en habla hispana, artículos científicos de alto impacto y finalmente, el trabajo de centros de investigación independientes (Malpica, 2021).

De acuerdo con la Comisión Europea (2001), quienes definen las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) como una expresión que se emplea en la actualidad para hacer énfasis a un grupo diverso de aplicaciones, tecnologías y servicios, que traen varios equipos y de programas informáticos, los cuales con frecuencia se comunican a través de las redes de telecomunicaciones. Las TIC contienen conocidos servicios de telecomunicaciones tales como son el correo electrónico, el intercambio de archivos por medio de ordenadores, la internet, la telefonía móvil, que latentemente permite que estén conectados, proporcionando con ello se logra acceso a orígenes de conocimiento e información.

Luego encontramos que según Tapscott (2002) los cambios vienen acompañados de nuevas oportunidades y promesas. Aunque también conllevan peligros, pero el resultado estar en manos del como las personas actúen en sus negocios en respuesta a esta tecnología. Estos cambios pueden ser de manera intensiva, y comprenderán mucho más que el cambio en los procesos. El nuevo entorno de negocios, sutil y competidor, requiere mucho esfuerzo y exige más que la tecnología de información logre ser utilizada para mejorar tanto el servicio al cliente, como para mejorar la capacidad de respuesta y para acrecentar la innovación.

Tapscott (1996) plantea también que la nueva economía está basada en la digitalización. La antigua economía se basaba en relaciones físicas y objetos como son: los cheque, documentos, reuniones, entre otros. El cambio a analógica digital es brusco, y lo comparan con el invento del lenguaje. Entre sus cambios, está la evolución de las empresas a una economía de comprensión, en la cual gran parte del valor agregado procederá de la capacidad mental, y no la física. Su característica más importante será la respuesta oportuna e inmediata.

Luego tenemos que Richard (2008) realizo un trabajo investigativo en la cual hizo un análisis de la gestión de tiempos de los proyectos de digitalización de documentos de la empresa

PROCERT, la cual se dedica a la adecuación de la plataforma tecnológica de sus clientes por medio de la digitalización de documentos, con el fin de facilitar el manejo y almacenamiento de estos. Como resultado final obtuvo una línea de acción para mejorar este proceso y lograr un mejor posicionamiento de la empresa.

También se encontró un estudio sobre las TIC en empresas chilenas, en el que, Ramos (s.f.) manifiesta que, un aspecto importante de aplicación de las TIC es la constitución de redes y la comunicación, la forma más sencilla y básico de esa comunicación es el correo electrónico. Por otro lado, menciona la forma más compleja de comunicación e interacción son los programas que acceden y facilitan el trabajo en grupo a distancia. Lo cual contribuye a crear lugares de trabajo a distancia, que agrupa a trabajadores de diferentes partes del mundo.

Encontramos también que (Ramos, 2018) menciona también que las intranets son una comunicación interna en la empresa, que es una ramificación del Internet. La intranet de acuerdo con sus características tecnológicas cada vez más complejas el ordenador de ese núcleo digital se va acumulando y permite compartir su contenido. Esta puede ser utilizada como un archivo multimedia, el cual cada día se va enriqueciendo, y que desde cualquier lugar de la organización puede ser usada.

(Romero, 2017) plantea que las empresas chilenas le dan actualmente a las TIC usos que están direccionados a la recolección de datos, dirección de información y control del trabajo. Aún es muy incipiente y poco ordenado, a diferencia, del uso al servicio de la tarea del conocimiento y la innovación. La presencia de elementos socioculturales asociados a las dificultades para tales usos adelantados hace necesario trazar el que no cabe esperar que el cambio en el uso de las TIC venga meramente de mejores condiciones económicas o técnicas, o de soportes en estos aspectos.

En cuanto al porque digitalizar encontramos que Diaz (2009) plantea que hay diferentes necesidades que conllevan a la digitalización y muestran su importancia, como son: la necesidad económicas, informativas, jurídicas, de preservación y de valor añadido, ya que con estas se mejora la eficiencia, se libera espacio físico, es un apoyo en la toma de decisiones y permite encontrar la información con mayor facilidad.

La transformación digital trae consigo muchos retos entre ellos está el cambio en campo gerencial, Tapscott (1996) menciona que, para tener victoria en el mundo digital, se debe dejar de ser gerente e iniciar el camino para ser líder. Es de vital importancia poder reconocer ante los cambios, y estar listo para ampliar una visión de cómo su empresa responderá ante estas innovaciones. Este liderazgo no tiene necesariamente que surgir de un individuo o de una organización.

5. Marco Teórico

Iniciando con el concepto de digitalización, encontramos que (Dini, Gligo & Patiño, 2021) manifiestan que la digitalización es entendida como la adaptación de tecnologías digitales en un proceso de transformación de la empresa, también mencionan que es dinámico y amplio el concepto de tecnologías digitales, el cual su énfasis y límites han ido variando en el tiempo. Las nuevas tecnologías de comunicación e información, enfocadas en Internet el cual logra conectividad y comunicación entre empresas y personas por medio de correo electrónico, páginas web, gobierno electrónico, comercio electrónico, etc., se encuentran en la actualidad su acceso es de mayor facilidad ya que se encuentra incorporado a los dispositivos móviles.

También es importante definir algunos conceptos que son relevantes durante el desarrollo de este trabajo, en Jackson D., y otros, (2010) encontramos la definición de frutas Tropicales,

quienes lo definen como frutas que tienen su origen en los trópicos, los cuales se caracterizan por tener climas cálidos y variaciones de temperatura en los que la temperatura mínima puede alcanzar los 18° C con la cual se obtiene la maduración de estos frutos. Ellos también definen las Frutas subtropicales como aquella especie de fruta que se ajustan a climas con temperaturas de 13 y 18°C en el mes más frío del año.

De acuerdo con la FAO, (2020), los países en desarrollo tienen la mayor parte de producción de frutas tropicales, donde más del 50% de los cultivos son el pilar para subsistir de los microempresarios quienes cultivan en terrenos que oscilan entre 1 y 5 hectáreas. También afirma que entre los años 2017 y 2018 debido al crecimiento del área cosechada, se evidencio un aumento del 3.8% de la producción en Asia y América Latina quienes son las principales regiones productoras del mundo. La FAO estima que entre el año 2019 y el 2028 se tendrá un crecimiento menor, en promedio del 2,8%.

Luego encontramos el estudio de Lahera (2021) realiza un estudio de dos enfoques la digitalización de sustitución que plantea un desempleo masivo debido a la inserción de nuevas tecnologías digitales en la industria con la cual las labores de los empleados, sus procesos. El segundo enfoque que es la digitalización de tareas, el cual plantea que la digitalización elimina tareas específicas de los puestos de trabajo, eliminando unos y creando otros que pretende incrementar el empleo a nivel mundial.

Con la llegada de la pandemia se evidencio un incremento en el uso del internet y el acceso a las TICs, debido a esto surgieron muchos estudios entre los cuales tenemos el estudio realizado por Lozano y chiatouchoua (2020) quienes debido a las consecuencias que tuvo la pandemia como la quiebra de muchas empresas entre ellas las micro empresas, decidieron evaluar en qué medida las microempresas cambiaron su forma de vender y se empinaron por

vender en línea sus productos por medio de un estudio a 198 empresas de la ciudad de México, con el cual querían determinar si las MiPymes han digitalizado sus procesos.

En el estudio realizado por Lozano y chiatchoua (2020) tuvo la participación de 198 empresas de las cuales cerca del 63% no utilizaban las ventas en línea antes de la pandemia, menciona que, aunque existe una correspondencia entre el uso del comercio electrónico y la rentabilidad de las empresas, se observa que son escasos los líderes que acuden a la ayuda de esta herramienta.

Luego encontramos el estudio de Katz, Jung y Callorda (2020) quienes lograron estimar que la importancia de la digitalización como elemento mitigante de las consecuencias de la pandemia, así como apreciar cómo está América Latina posicionada para resistir este reto, como primero reconocieron que la tecnología acompañada de la digitalización juega un papel importante para atenuar los efectos de la pandemia entre las conclusiones a las que llegaron los autores fue que uno de los indicadores más claros está el aumento del tráfico de internet, y la necesidad de mantener activas cadenas de aprovisionamiento y la importancia del teletrabajo y la distribución de bienes. También mencionan que América Latina tiene un desarrollo intermedio en términos de lo digital.

También Katz, Jung y Callorda (2020) hacen énfasis en que la digitalización de los procesos de producción es un elemento fundamental para conservar la economía trabajando a pesar de las consecuencias que contrajo el COVID-19. Para estudiar el grado de resiliencia productiva, consideraron dos espacios, que fueron. la digitalización de procesos productivos, y el grado de digitalización del trabajo, del primero evaluaron hasta qué punto el sistema productivo logra seguir trabajando, teniendo en cuenta las condiciones que genera la pandemia

principalmente el procesamiento, el aprovisionamiento y la distribución. Luego analizaron el nivel de desarrollo de una economía para enfrentar el cambio al teletrabajo.

En el mismo año encontramos el estudio realizado por Almeida F, Santos J, and Monteiro J (2020) quienes manifiestan que, aunque el COVID-19 ha afectado la economía mundial, las actividades comerciales y las personas, la digitalización ha logrado ayudar a muchas empresas a adaptarse y superar la situación actual ocasionada por el COVID-19. El uso de la tecnología en el día a día de personas y empresas ha tenido un crecimiento notorio y es una evidencia del proceso de aceleración y crecimiento digital. Los autores realizaron un estudio en el cual analizaron el impacto que tienen los procesos de transformación digital en tres áreas de negocio: relaciones sociales y laborales, ventas y marketing, y por último la tecnología. Mencionan también que esta nueva forma de trabajar generara la demanda de nuevos talentos sin importar la ubicación geográfica de las personas.

La ONTSI (2021) plantea que las microempresas continúan aumentando su disponibilidad de página web en comparación con el año anterior 2019. también manifiestan que en su estudio se evidencio que en el año 2020 algunas empresas del sector industrial tienen su contacto con los clientes mediante chats, bien con una persona respondiendo directamente o con un agente virtual que lo haga.

Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. (2020). Plantean que el marketing digital son una sucesión de estrategias que logran hacer de las pequeñas y medianas empresas un comercio Internacional, esto es logrado teniendo presencia en las páginas web y redes sociales ofreciendo un mayor alcance de clientes. Sin embargo, también manifiestan que Colombia requiere mejorar su conectividad nacional, mediante capacitaciones a los empresarios sobre el uso de TIC y normatividad en cuanto a Comercio electrónico. Además, plantea que las Pymes, deben

distinguirse teniendo una propuesta de valor innovadora y que esté acorde con cada tiempo ya que los deseos, gustos y necesidades van cambiando. El artículo también expone que los gobiernos deben brindar incentivos para que los empresarios de las pequeñas empresas puedan tener continuidad no solo en el negocio físico sino también en el campo digital.

Trabajos como el de Rubio, I, (2020) en el cual se realiza un análisis de la realidad actual de las pequeñas y grandes empresas españolas, realizando un estudio de cómo ha sido la adaptación al cambio tecnológico en su proceso de digitalización, todo esto por medio de indicadores del uso de esas tecnologías, por ejemplo, el incremento de compras online, número de empresas que disponen de páginas web, entre otras. El investigador (Malpica, 2021) estudió el impacto de estrategias asociadas a la transformación digital en el desempeño financiero de las organizaciones específicamente para el sector construcción en Colombia, concluyendo que un mayor grado de digitalización se asocia con indicadores financieros más favorables para las empresas que logran digitalizar sus procesos.

Erazo, L. (2020), realizó una investigación la cual se centra en determinar las problemáticas que tienen las empresas ubicadas en Teusaquillo, perteneciente a la ciudad de Bogotá en Colombia, se investigaron a 137 microempresas para hallar las barreras que se encuentran en la transformación digital y con esto realizar una propuesta de digitalización para las microempresas. A las 137 microempresas se les realizó una encuesta la cual sus preguntas estaban encaminadas al concepto de transformación digital, el progreso que han tenido las microempresas, las principales barreras que mostraban, y el conocimiento de incentivos que proporcionan las entidades gubernamentales. En este trabajo identificaron que la ausencia de conocimiento con respecto al tema impedía que se ejecutaran acciones que permitieran avanzar en tecnología digital.

Rincón, C, (2020). En su trabajo planteo analizar la forma en que la empresa Wayna sobrevivió a la crisis del COVID -19 gracias a su proceso de transformación digital. Es una empresa dedicada a la creación de estrategias y metodologías para posicionar Pymes ayudando al cumplimiento de sus metas. Está ubicada en la ciudad de Tunja, utiliza herramientas que son: consultorías empresariales, capacitaciones, integraciones corporativas, marketing digital, diseño web, las cuales brindan un acompañamiento permanente al cliente. Con esta experiencia de se evidencian las necesidades digitales de las empresas en la sociedad moderna.

Por ultimo encontramos la investigación de Castañeda E. (2021) en la cual se realiza una propuesta a la empresa ZTE Colombia, con el fin de mejorar el posicionamiento de esta en el mercado, promover la innovación y mejorar la experiencia del cliente por medio de la innovación y la transformación digital , para lo cual se realizó un análisis del estado actual de la empresa en cuanto a aspectos lo cual, la principal meta es llevar a cabo un análisis del estado actual en el cual se encuentran estas organizaciones respecto a avances y uso de la tecnología y el área digital. La investigación buscaba como beneficio no solo para el posicionamiento de la organización, sino, también, para los empleados, ya que con el adecuado uso de la tecnología se optimizan y automatizan muchos procesos, reduciendo el tiempo de realización y por ende los costos.

6. Metodología.

Este trabajo de grado tiene un enfoque cualitativo y exploratorio como lo plantea Sampieri (2018) quien manifiesta que este tipo de estudio busca descubrir el problema “falta de digitalización en las microempresas dedicadas a la producción de frutas tropicales y

subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, el cual ha sido poco estudiado; por lo cual, la información que se puede obtener en los diversos medios es escasa.

También se puede decir que esta investigación es de tipo bibliográfico y de campo, bibliográfico porque se realizaron consultas en revistas, libros y diversos documentos, en donde se hace una revisión de estudios realizados sobre la digitalización en las microempresas, su avance e importancia. De campo porque se realizaron entrevistas a las microempresas dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

El método que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento fue diseñado un cuestionario de 10 preguntas de opción múltiple, 6 de ellas con única respuesta, 2 de opción múltiple, y 2 preguntas abiertas, el cual se realizó de forma digital en la plataforma de Google forms. Se tomó a una muestra de 65 microempresarios del sector relacionado a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, quienes respondieron a estas preguntas.

Como último se realizó una propuesta enfocada en dar a conocer a las microempresas las herramientas principales que deben utilizar para incursionar en la transformación digital, mediante un taller que tendrá duración de 3 horas, con una temática específica, acompañado de actividades prácticas.

Como anexo a este trabajo se ha suministrado una muestra del cuestionario utilizado.

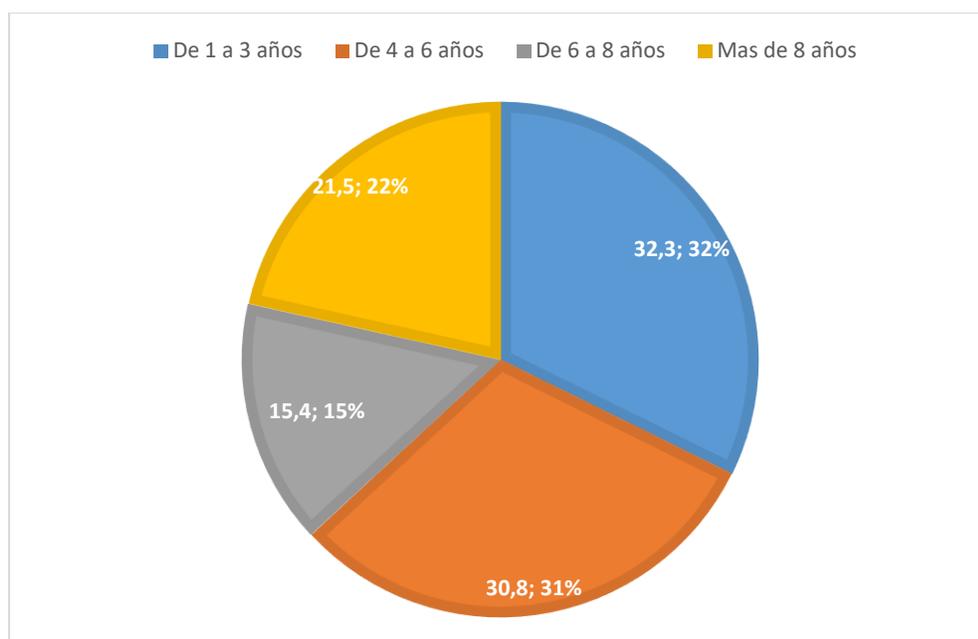
7. Resultados.

El estudio de los resultados se basa en el porcentaje del cuestionario. Por tanto, el análisis de cuál es el grado de digitalización de las microempresas del sector de producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

- Escriba el nombre de su microempresa.

De 65 microempresarios encuestados, 32 respondieron a esta pregunta.

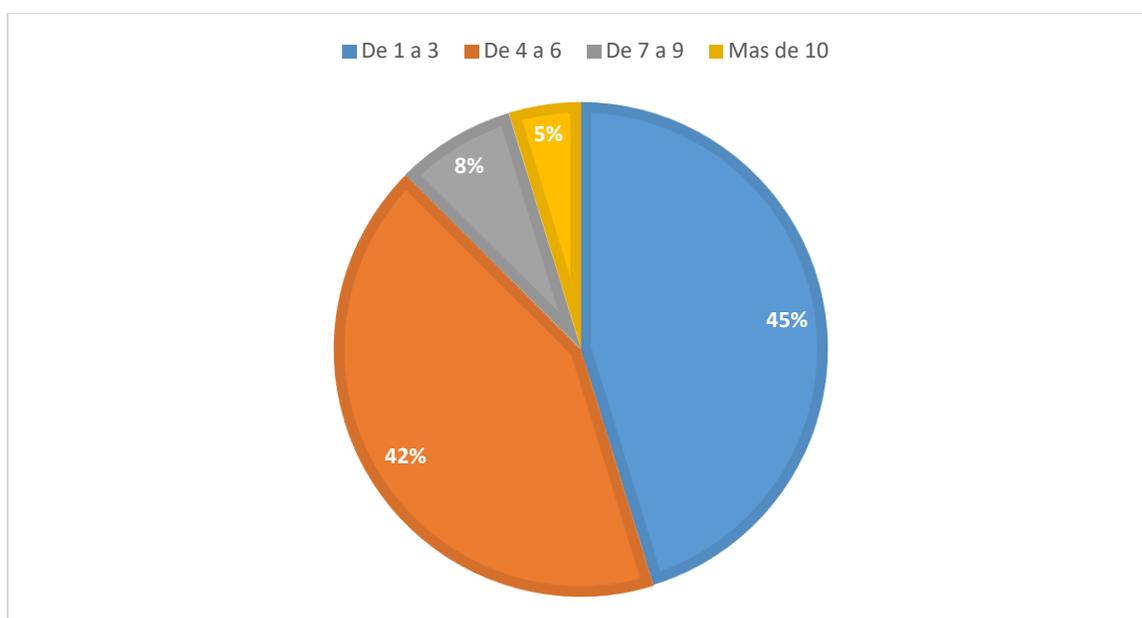
Gráfico 1. ¿cuánto tiempo tiene de creada su microempresa?



Elaboración autora.

El 32,3%, es decir 21 de los microempresarios ha contestado que llevan de 1 a 3 años con su microempresa. El 30,8% (20 microempresarios) llevan de 4 a 6 años con su microempresa. El 15,4%(10 microempresarios) llevan de 6 a 8 años y el 21,5%(14 microempresarios llevan más de 8 años.

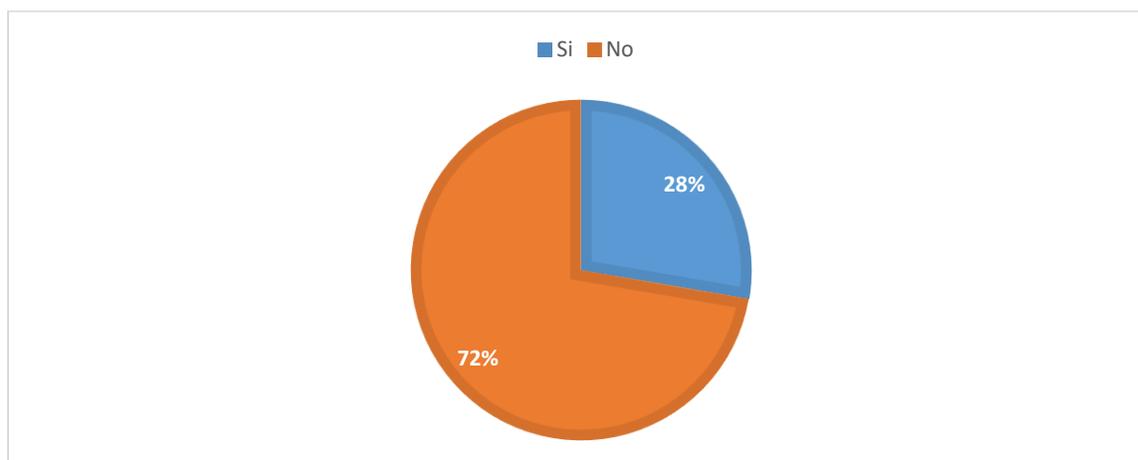
Gráfico 2. ¿Con cuántos colaboradores cuenta, sin importar el tipo de contrato?



Elaboración propia.

De 65 microempresarios encuestados, el 45,3% correspondiente a 29 personas tienen de 1 a 3 colaboradores en su empresa. En el siguiente rango está el 42,2% (27 microempresarios) quienes tienen de 4 a 6 colaboradores. Le sigue el 7,8%(5 microempresarios) quienes tienen entre 7 y 9 colaboradores. Por último, tenemos que el 4,7% (3 microempresarios) cuentan con más de 10 colaboradores, los cuales no serán tenidos en cuenta ya que pertenecen a la clasificación de pequeña empresa.

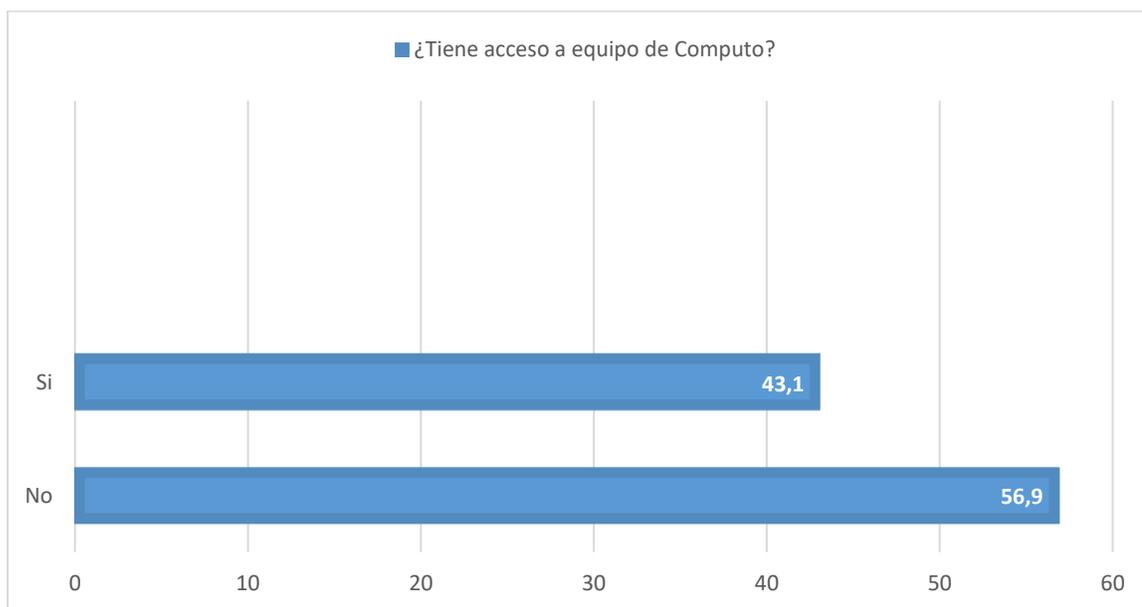
Gráfico 3 ¿Su microempresa está registrada en cámara y comercio?



Elaboración propia.

De los 65 microempresarios el 72,3% (47 microempresarios) no tienen su microempresa registrada en cámara y comercio. El 27,7% (18 microempresarios) restante afirman tener registrada su microempresa en cámara y comercio.

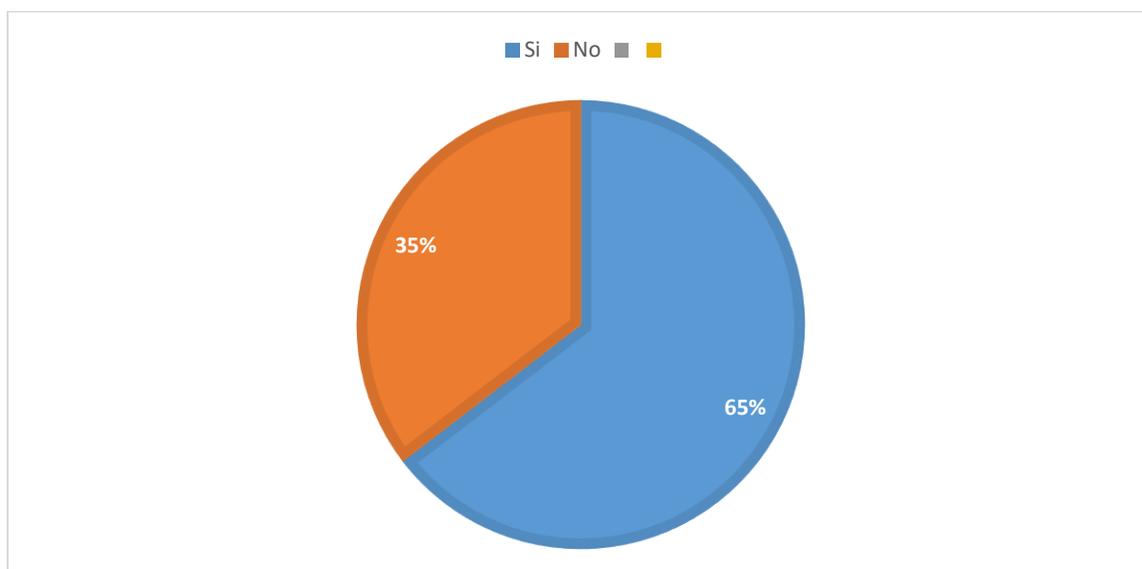
Gráfico 4 ¿Tiene acceso a equipo de cómputo?



Elaboración propia.

De las 65 de las microempresas con el 57% no cuentan con acceso a un computador, lo cual equivale a 37 microempresas. Por otro lado, el 43% tiene acceso a un equipo de cómputo.

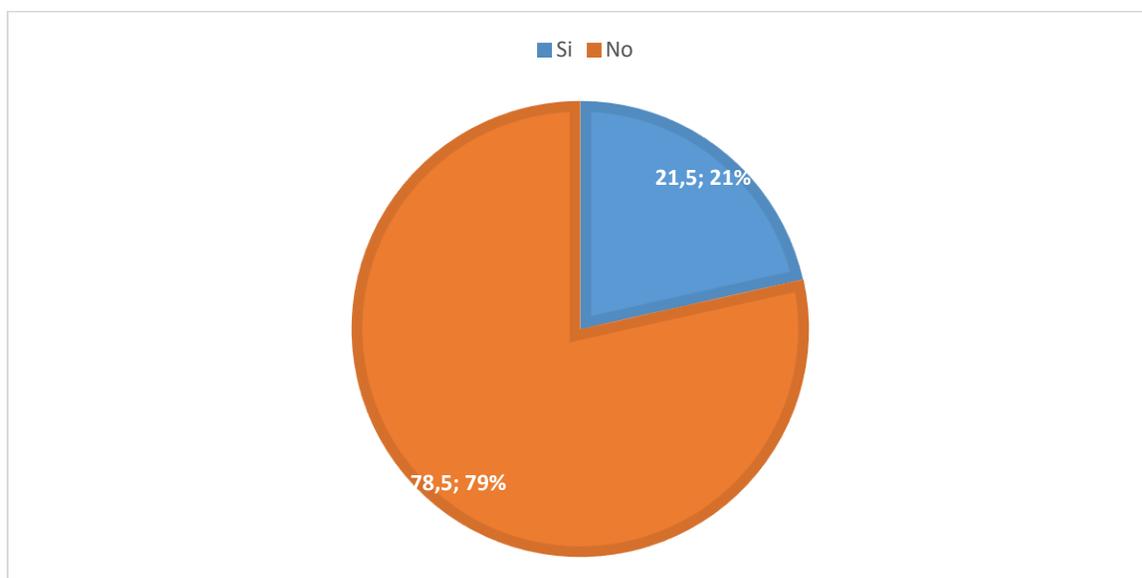
Gráfico 5 ¿Tiene acceso a internet?



Elaboración propia.

El 65%, que equivale a 42 microempresarios encuestados aseveran que tienen acceso a internet. Por otro lado, el 35% (23 microempresarios) no poseen acceso a internet en sus negocios.

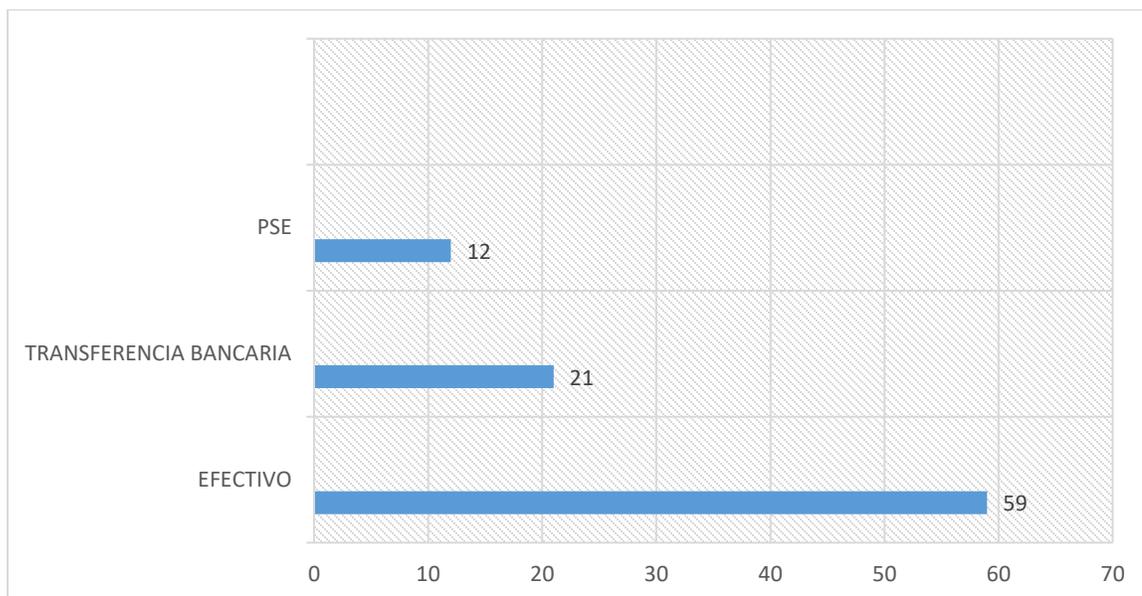
Gráfico 6 ¿Cuenta con algún software?



Elaboración propia.

El 78,5% (51 microempresas) no utiliza ningún tipo de software, siendo un número que supera la mitad de los encuestados. Y el 21% (14 microempresarios) si tiene acceso a algún tipo de software en su empresa.

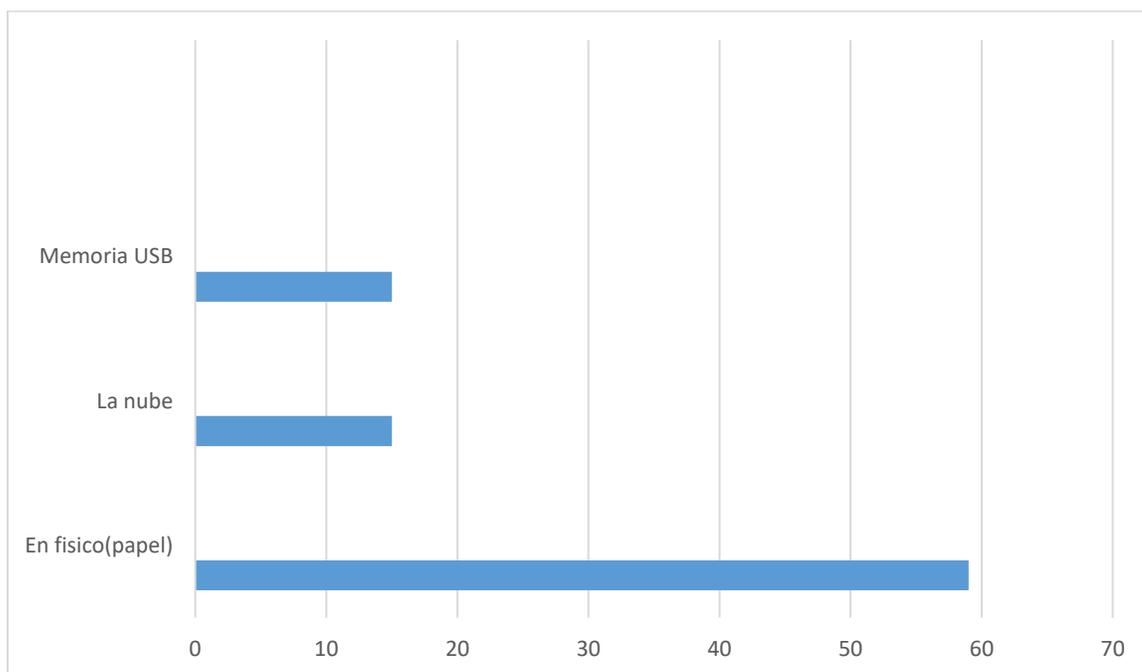
Gráfico 7 ¿Cuáles de los siguientes medios de pago utiliza para el pago de insumos, servicios entre otros de su negocio y cobro a sus clientes?



Elaboración propia.

El medio de pago más utilizado fue el efectivo con 59 veces de escogencia (90.8%), le sigue la transferencia bancaria (32,3% 21 veces de escogencia) y PSE (18,5%, 12 veces de escogencia).

Gráfico 8 Cuales de los siguientes medios utiliza para almacenar sus documentos?



Elaboración propia.

El medio de almacenamiento de documentos fue, el físico (papel) con 59 veces de escogencia (93,7 %), seguido de la nube y memoria USB, con 23,8% (15 veces de escogencia) cada una.

8. **Discusión de resultados.**

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de la investigación planteado en este trabajo de grado es: analizar el grado de digitalización en la operación de los pequeños productores dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales en el Municipio de Santander de Quilichao, Cauca, e incorporación de herramientas TICs en sus procesos productivos.

Un primer análisis de los resultados es que, de una muestra de 65 microempresas dedicadas a la producción de frutas tropicales y subtropicales ubicadas en el Municipio de Santander de Quilichao, solamente 32 cuentan con un nombre, el cual es necesario al hacer el uso de las plataformas para comercio en línea, para darse a conocer e iniciar el proceso de transformación digital. También cabe resaltar que la antigüedad de la mayoría de las microempresas encuestadas esta entre 1 a 3 años, lo cual evidencia que muchas de estas se vieron afectadas por el COVID-19 el cual obligo a muchas de estas a buscar otras alternativas de comercialización.

También se logró evidenciar que el 45.3% de las 65 empresas encuestadas tienen de 1 a 3 colaboradores, debido a que son microempresas de pequeño tamaño y estos colaboradores en la mayoría de los casos son por día, no tienen una contratación fija. Va muy ligado a lo anterior el hecho de que el 72.3% de estas microempresas no están registradas en cámara y comercio, algunas manifestaban que no han tenido la necesidad de hacerlo, tampoco ven la importancia y las ventajas que esta conlleva.

El 64.6% de los encuestados manifiestan tener acceso a internet en su microempresa, aunque son en zonas rurales con la pandemia lograron tener acceso a internet, por otro lado, la uno de los argumentos que más sobresale del por qué entre la población se concentra en el 35.4%

exponiendo que no maneja aún el internet es que tienen la impresión de que estas herramientas son complejas además de la tradición operativa por años en donde expresan que han trabajado de manera presencial y con papel. Otra justificación importante que mencionan es que el modelo de negocio no permite hacerlo y también la falta de conocimientos.

Como se mencionaba anteriormente las microempresas están ubicadas en zona rural del municipio, es una población que realiza su trabajo de manera empírica y en muchos casos han heredado la manera de trabajar, lo cual se evidencia en las respuestas de las preguntas acerca de si ¿cuentan con algún software?, ¿tiene acceso a equipo de cómputo?, ya que más de la mitad respondieron que no a estas preguntas, manifiestan que tienen barreras económicas, falta de conocimiento, las atribuyen hacia la falta de conocimiento, la recepción de los cliente y el tiempo.

Como último punto encontramos que a las preguntas relacionadas con los medios de pago, el 90,% de las personas manifestaron que utilizan el pago en efectivo, justificaban que no confían en las otras herramientas y que en muchos casos están en zonas donde no hay cobertura telefónica que les facilite realizar las transacciones. Por otro lado, tenemos que como medio para almacenar su documentación escogen en físico(papel), ya que como en muchos de los casos no cuentan con acceso a un equipo de cómputo ser les dificulta tener la información por otro medio.

Al entablar el dialogo con los microempresarios ellos manifestaron que no digitalizan, principalmente por la falta de acceso a un equipo de cómputo como herramienta primordial para realizar los procesos, como segunda barrera encontramos la falta de cultura de digitalización, debido a que su manera de hacer negocios, realizar la venta, registrar datos, entre otras, ha sido empírica y manual. Por último, se pudo establecer que la falta de apoyo financiero, por parte de las entidades gubernamentales, las cuales no suministran información y ayudas económicas para

que estos microempresarios puedan adquirir tanto activos, como capacitaciones que puedan contribuir con la transformación digital.

Tras haber culminado este estudio sobre el estado de digitalización de las microempresas dedicadas a la producción de fruta tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, podemos concluir que este tipo de empresa no tiene una heterogeneidad, ya que una gran cantidad de ellas, están ubicada en zonas rurales donde no cuentan con capacidad para brindarle a sus colaboradores la posibilidad de tener el salario mínimo legal vigente estipulado por el gobierno, por lo cual se evidencia que el 45,3% de los encuestados tienen de 1 a 3 colaboradores. Esto hace que estas microempresas, que se encuentran en un proceso de digitalización menos avanzado, requieran más tiempo para adaptarse y avanzar, ya que lo ven como una necesidad.

9. Estrategias

En este entorno cambiante, en esta nueva realidad, una infraestructura de transformación digital es necesaria para poder competir en el ámbito digital. Las microempresas deben apoderarse de la responsabilidad de encontrar la manera de beneficiarse y utilizar su potencial es la mejor estrategia. En muchos casos las microempresas tienen barreras que les impiden entrar a esa transformación digital, principalmente son: la cultura y falta de conocimiento.

Como primera estrategia tenemos que los microempresarios deben concientizarse que digitalizar es una nueva manera de hacer las cosas, por ende, deben abrirse a esos cambios, para poder tener ese avance tan necesario.

Estudiar con que oportunidades cuenta la microempresa en el medio digital. Y entender la importancia de la digitalización y el por qué contribuye a que la microempresa sea mas competitiva.

Involucrar colaboradores que cuenten con habilidades en el campo de la digitalización que contribuyan con este cambio, y, también capacitar al capital humano con el que se cuenta en el momento.

Como primer paso para entrar en la transformación digital, encaminada al comercio electrónico es tener tanto acceso como presencia en internet, por medio de un sitio Web, cuya finalidad debe ser darse a conocer para atraer nuevos clientes atraer usuarios que terminen siendo clientes.

En caso de no contar con presupuesto, se debe iniciar con herramientas gratuitas, entre las cuales están las redes sociales.

La plataforma Gmail es necesaria para tener acceso y crear las cuentas de redes sociales. Esta cuenta de Correo electrónico debe llevar el nombre de la microempresa ya que es un medio para recibir, enviar información, y también almacenar.

Las redes sociales tienen opción de usarse en equipos móviles por medio de aplicaciones facilitando su uso, redes sociales como Instagram y Facebook.

La digitalización es un proceso que conlleva tiempo, por lo cual se debe ir paso a paso sin hacer cambios drásticos.

Abrir una cuenta bancaria con la cual se tendrán una opción más de recaudo de dinero, sea clientes o proveedores.

10. Conclusiones.

Las microempresas deben dejar de ver la digitalización como un gasto para su empresa, por el contrario, debe ser visto y manejado como una inversión, que proporcionará a sus organizaciones beneficios traducidos en rentabilidad, y se llegará al punto donde la digitalización será una necesidad para poder permanecer y competir en el mercado. Teniendo en cuenta que todas las microempresas son un universo independiente, en otras palabras, los factores como el sector y el tamaño no influyen del mismo modo en ella, estos, son parte de factores particulares de cada una de ellas.

Se puede llegar a la conclusión de que la investigación permitió analizar que es necesario que los microempresarios implemente en sus diferentes procesos las herramientas TIC, debido a que estas brindan mayor eficiencia y eficacia a la hora de realizar sus diferentes actividades, lo que genera un trabajo más productivo, a la vez agiliza la comunicación, logrando que las empresas se modernicen en cuanto a los cambios que brinda el entorno comercial.

De las 65 microempresas encuestadas el 64.6% manifiestan tener acceso a internet en su microempresa, por otro lado, la justificación que más sobresale del por qué el 35.4% no maneja aún el internet es que no tienen la necesidad de involucrarse en ese escenario debido a que ya cuentan con clientes fijos y han trabajado de manera presencial. También al ser empresas que tienen de 1 a 3 colaboradores no ven la necesidad de incluir en sus procesos herramientas digitales ya que sus procesos son empíricos.

En el presente trabajo se mostraron la postura de diferentes autores sobre el concepto de digitalización, lo que permitió poder evaluar y presentar una idea clara y precisa de la

importancia y beneficios que las TIC tiene para las microempresas con el objetivo de poder generar más productividad y claridad en sus procesos.

Se puede concluir también que a pesar de que los avances tecnológicos han incursionado positivamente a nivel mundial, muchos microempresarios aún no se han adaptado a los cambios establecidos por este mecanismo, siendo más evidente en el sector agrícola lo que generando desventajas y retrocesos en el crecimiento comercial y financiero. Las TIC y el avance en la digitalización permiten un mayor nivel de comunicación, benefician el crecimiento de nuevos productos, e inician nuevos mercados y ocasiones de negocio, facilitan los avances en innovación y permiten aprovechar estas ventajas para crecer y permanecer.

El medio de pago más utilizado es el efectivo con 59 veces de escogencia (90.8%), le sigue la transferencia bancaria (32,3% 21 veces de escogencia) y PSE (18,5%, 12 veces de escogencia. Los microempresarios manifiestan no confiar en los medios electrónicos para realizar pagos o recolección de dinero. También manifiestan que la falta de acceso a internet no les permite tener otro medio de pago que no sea el efectivo.

Por todo lo anterior, después de realizar este estudio sobre el grado de digitalización de las microempresas dedicadas a la producción de frutas tropicales y subtropicales del Municipio de Santander de Quilichao, podemos sacar en claro que en los últimos años se ha evidenciado un gran avance en el acceso y uso de la digitalización. Pero, aunque ha habido un incremento notorio, principalmente en el acceso al internet, podemos observar que los porcentajes todavía no son los apropiados.

Por último, tenemos que la finalidad de este proyecto es contribuir al crecimiento de los microempresarios, por lo tanto, se creó una estrategia la cual fue fundamentada en el análisis de

las respuestas suministradas por los encuestados logrando identificar que estos no cuentan con nivel de conocimiento sobre la digitalización en sus microempresas que sea óptimo para iniciar con esta transformación, por lo cual se plantea una serie de estrategias las cuales ayudaran a incursionar en este proceso de cambio.

Recomendaciones

Los microempresarios dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales pueden iniciar o continuar su avance en la digitalización por medio de herramientas como el correo electrónico, el cual les permite tener comunicación rápida y formal con proveedores y clientes, también pueden utilizar la nube para guardar su documentación y poder tener acceso a ella en cualquier momento. El comercio electrónico sería de mucha ayuda para aumentar sus ventas, ingresos, por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram, las cuales no tienen ningún costo por su uso, pueden crear páginas de sus microempresas y lograr llegar a un número mayor de clientes y dar a conocer sus productos.

Una gran oportunidad para encaminarse hacia el proceso de digitalización ha sido la situación tan crítica que se generó debido al COVID-19. El gobierno nacional ha tomado medidas y alternativas para la recuperación económica, entre las que se tiene el acceso a internet en poblaciones vulnerables, también la implementación de la facturación electrónica la cual empezaron a utilizar de tal manera que ha cambiado la situación ha cambiado por completo los negocios y su manera de trabajar.

A la Universidad Antonio Nariño se le recomienda ayudara a este grupo de microempresarios por medio de capacitaciones de uso de estas herramientas tecnológicas las cuales contribuyen a su crecimiento, pueden realizar alianzas con instituciones gubernamentales

que cuentan con programas especializados para quienes quieren efectuar un cambio en sus empresas e incluirse en este proceso digital. En muchos de los microempresarios existe desinformación, miedo al cambio y falta de recursos, lo cual se puede mitigar con la presencia de la universidad en estos sectores.

Referencias

Almeida F, Santos J, and Monteiro J (2020) The Challenges and Opportunities in the Digitalization of Companies in a PostCOVID-19 World.

BBVA (2019), Entorno digital de las empresas colombianas.

Castañeda, E. (2021). propuesta de transformación digital e innovación para la empresa

zte Colombia sas. Bogotá. Disponible en:

<https://repository.usta.edu.co/jspui/bitstream/11634/34911/1/2021EdgarCasta%3%B1eda.pdf>

Comisión de las comunidades europeas (2001): Comunicación de la Comisión del Consejo y al Parlamento Europeo; Tecnologías de la Información y la comunicación en el ámbito del desarrollo. El papel de las TIC en la política comunitaria del desarrollo, Bruselas, 14 diciembre; Com. 2001, 770 final.

Díaz (2009). Nuevas tendencias en digitalización. España.

Erazo L. (2020) Transformación digital para microempresas en el sector de alimentos (tiendas y/o restaurantes) Bogotá, Colombia

- Greeven, C., Williams S. (2017) Enterprise collaboration systems: addressing adoption challenges and the shaping of sociotechnical systems.
- Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid – 19. *Revista Científica Anfibios*, 3(1), 39-46. <https://doi.org/10.37979/afb.2020v3n1.60>
- Jackson, D., Looney, N., Morley- Bunker, M., Edwards, R., Palmer, J., Thiele, G., y otros. (2010). Temperate and sub tropical fruit production. En D. Jackson, Chapter 2, Climate and fruit plants (pág. 11). CABI publishing.
- Katz, R. Jung, J. y Callorda, F. (2020). El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19. New york. Disponible en: https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1540/El_estado_de_la_digitalizacion_de_America_Latina_frente_a_la_pandemia_del_COVID-19.pdf
- Lahera Sánchez, A. (2019). Digitalización, robotización, trabajo y vida: cartografías, debates y prácticas, *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(2), 249-273.
- Lozano y chiatchoua (2020). Mecanismos de ajuste y digitalización de las micro y pequeñas empresas ante el COVID-19 en México. México.
- Malpica, W. (2021). Estudio sobre la investigación en marketing y su importancia en los procesos de exportación: análisis bibliométrico y temático en Scopus. *Revista Perspectiva Empresarial*, 91-103. doi:<https://doi.org/10.16967/23898186.720>
- Malpica, W. (2021). Desempeño Financiero De Las Organizaciones En Tiempos De Pandemia: Evidencia En Las Pymes Del Sector Construcción Colombiano.

Regional and Sectoral Economic Studies, 79-100. Obtenido de

https://ideas.repec.org/a/ea/eeres/v21y2021i2_5.html

Myers, N. M. (2000). Biodiversity hotspots for conservation priorities. *Nature*, 853-858.

MinTIC (2019): “La transformación digital en Colombia ya no es una opción”: Sylvia

Constaín. Disponible en línea en [https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-](https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-103859.html?_noredirect=1)

[103859.html?_noredirect=1](https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-103859.html?_noredirect=1).

M. Dini, N. Gligo y A. Patiño, (2021). “Transformación digital de las mipymes:

elementos para el diseño de políticas”, *Documentos de Proyectos*

(LC/TS.2021/99), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el

Caribe (CEPAL).

ONTSI (Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad) 2021 Digitalización de las

PYMES, una visión por sectores.

Ramón, C. (s.f.). Datos y control más que conocimiento y colaboración: las TICS en la

empresa chilena. Chile.

Rincón, C, (2020) Digitalización de una empresa: la adaptación empresarial durante la

pandemia del 2020 para un futuro seguro con las herramientas digitales. Tunja.

Rubio, I, (2020). Digitalización de una empresa. Análisis y desarrollo en pymes y

grandes empresas en España. Valencia, España.

Sampieri, R, (2018). Metodología de la investigación. Sexta edición. México.

Tapscott, D. (1996), La economía digital, promesas y peligros de la era de la inteligencia

en redes.

Anexo1 Encuesta microempresarios dedicados a la producción de frutas tropicales y subtropicales.

1. Escriba su nombre.

2. Escriba el nombre de su microempresa.

3. ¿Cuanto tiempo tiene de creada su microempresa?

De 1 a 3 años

De 4 a 6 años

De 6 a 8 años

Más de 8 años.

4. ¿Con cuántos colaboradores cuenta, sin importar el tipo de contrato?

a. De 1 a 3.

b. De 4 a 6.

c. De 7 a 9.

d. Más de 10.

5. ¿Su microempresa está registrada en cámara y comercio?

a. Si

b. No

6. ¿Tiene acceso a equipo de cómputo?

a. Si

b. No

7. ¿Tiene acceso a internet?

a. Si

b. No

8. ¿Cuenta con algún software?

a. Si

b. No

9. ¿Cuáles de los siguientes medios de pago utiliza para el pago de insumos, servicios entre otros de su negocio y el cobro a sus clientes?

a. Efectivo.

b. Transferencia bancaria.

c. PSE

10. ¿Cuáles de los siguientes medios utiliza para almacenar sus documentos?

a. En físico (papel)

b. La nube

c. Memoria USB.