



**MADUREZ DIGITAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD
EN LAS MIPYMES. CASO DE ESTUDIO: EMPRESA DE
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
DERIVADOS DE MAÍZ**

En los últimos años el comercio electrónico ha ido en aumento adoptando las tecnologías digitales como estrategia de negocios debido que proporciona a los consumidores nuevos medios para acceder a una oferta mayor y mejorar la experiencia de consumidor. Sin embargo, existen todavía ciertos segmentos como el comercio minorista que se encuentran en esta transición al formato digital y fue acelerado por la crisis sanitaria del COVID-19, debido a que este estrato de empresas tuvo que adaptar sus modelos de negocio a las restricciones de movilidad, adoptando canales de venta digitales para poder seguir operando.

Por consiguiente, la madurez digital permite a las empresas conocer el nivel en el que se encuentran incorporando competencias y capacidades digitales destinadas a servirse de la transformación digital para mejorar su entorno económico y crear condiciones que contribuyan a su establecimiento, crecimiento y consolidación.

El enfoque de la investigación es un estudio de caso realizado en una pequeña empresa guanajuatense dedicada a la elaboración y comercialización de productos de maíz, tiene como objetivo mostrar la importancia de diagnosticar el nivel de madurez digital de la empresa, para identificar qué áreas del negocio necesita fortalecer y permitir recomendaciones para favorecer su competitividad en la transformación digital. Para ello se aplicó una investigación de corte mixto, con alcance descriptivo, el instrumento de aplicación corresponde a la evaluación y diagnóstico de niveles de madurez de economía digital (DEAL), que permitió obtener una radiografía de la empresa en cinco dimensiones que corresponde a: Automatización de operaciones, comercio digital, logística, sistemas de pagos y marca que corresponde a los elementos clave de una gestión económica y se clasifica la madurez digital en 5 niveles que corresponde desde un nivel 1 incipiente hasta un nivel 5 negocio electrónico¹.

Los resultados de la investigación muestran que la empresa se ubica en un nivel de madurez digital 3 denominado fan de la tecnología, esto refiere a que ha identificado las tecnologías digitales son un aliado importante para su negocio, pudieran tener varios sistemas de información apoyando sus operaciones, así como personal capacitado para el uso de los mismos y pueden percibirse esfuerzos aislados o incipientes para posicionar la marca a través de medios digitales, sin embargo no es un negocio que opere en formato e-commerce. La evidencia proporcionada da pauta en reflexionar sobre la importancia de migrar a los micro y pequeños negocios a la transformación digital que permita re-evaluar su modelo de negocio integrando la tecnología en sus áreas de trabajo y procesos, para lograr una madurez digital que promueva el nuevo cambio hacia las organizaciones en enfocarse al compromiso de fomentar una cultura corporativa alineada a la digitalización.

¹González, Cuauhtémoc & Gallardo, Gustavo & Luis, Moreno & Ramírez, Fernando & Orozco, Roberto & Saulo, Busch & Carreño, León. (2020). Instrumento para la evaluación de madurez en la economía digital. Instrument for the assessment of maturity in the digital economy. Realidad Revista de Ciencias Sociales y Humanidades. 10. 31.