**Transformación digital de las empresas diagnosticadas en un centro de transformación digital del municipio de Dosquebradas 2020-2021**

Digital transformation of companies diagnosed in the digital transformation center of the of Dosquebradas 2020-2021

**Deisi Johanna Duque Torres[[1]](#footnote-1), Daniel Alejandro Pineda[[2]](#footnote-2) y Karen Johana Arias Claro[[3]](#footnote-3)**

**Resumen**

La transformación digital de las empresas cada vez está tomando mayor fuerza en el desarrollo de habilidades para la gestión y el impacto en la productividad y competitividad de las empresas, a partir del desarrollo e implementación de estrategias y herramientas digitales en procesos escalonados hacia la mejora de las relaciones con el cliente, por tanto y en consideración a los ejercicios de diagnóstico de madurez realizados desde un Centro de Transformación Digital ubicado en el municipio de Dosquebradas se plantea y desarrolla el presente trabajo de investigación.

El trabajo abordo un referente conceptual y teórico que sustentan el proyecto desde el objetivo de identificar el nivel de madurez digital de las empresas diagnosticadas en un centro de transformación digital ubicado en el municipio de Dosquebradas, con la finalidad de presentar propuestas hacia una oferta de valor a los empresarios en aras de mejorar sus procesos en la transformación digital.

**Palabras clave:** Transformación digital, herramientas digitales, estrategia digital, modelo de negocio digital.

**Introducción**

Hablar de transformación digital de los negocios, en principio implica una estrategia orientada o centra al cliente, a un cliente que hoy es digital, que mantiene conectado y es gran demándate de servicios digitales, colocando entonces a las empresas en la necesidad de transformar o rediseñar sus operaciones o modelos de negocios, utilizando varias estrategias gerenciales y con ayuda de tecnologías facilitadoras como lo son los dispositivos móviles, las redes sociales, la computación en la nube, el análisis de datos entre otras, que pone en grandes retos a empresarios, profesionales y ciudadanos del mundo; puesto que se deben caracterizar por tener habilidades estratégicas que les permitan ser efectivos en tiempos de cambio.

Hoy en día hay tendencias del mercado que involucran nuevas demandas y diferentes estilos de clientes hacen que las micros, pequeñas y medianas empresas-MIPYMES tenga que estar preparada para la era digital para prepararse bajo los retos competitivos de la transformación digital de los negocios, es por ello que INNPULSA una de las estrategias en Colombia para apoyar a los emprendimientos y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia - MinTIC crean los Centros de Transformación Digital Empresarial, que ayuda a las MIPYMES a tener procesos, procedimientos, plataformas y rutas que les permitan competir en esos sectores digitales globalizados.

Es entonces como el gobierno nacional a través de la estrategia de los Centros de Transformación digital del MinTIC, MinCIT e Innpulsa se vienen desarrollando unas alianzas con diferentes cámaras de comercio y agremiaciones logrando atender en los dos últimos años a más de 20.000 empresarios de todo el país, quienes han sido sensibilizados sobre la importancia del uso estratégico de las tecnologías en los procesos productivos, para mejorar sus indicadores y logar mayor rentabilidad en su negocio (MinTic, 2019).

A nivel Regional en Risaralda se cuentan con dos centro de transformación digital quienes apoyan a la modernización de las empresas desde los retos que demanda la cuarta revolución industrial en este sentido llevando a las empresas hacia la modernización digital como base para el crecimiento económico en Colombia, ya que a través de estas se producen nuevos empleos y mejoran su competitividad, así mismo las tendencias del mercado que involucran nuevos clientes y desafíos para las empresas, conlleva a que las empresas deban estar preparadas para enfrentar los retos del momento entre ellos los de la era digital.

De esta manera se abordó la presente investigación, permitiendo identificar el nivel de madurez digital de las empresas diagnosticadas en un Centro de Transformación Digital del municipio de Dosquebradas, Risaralda, identificando que tanto la incorporación de las tecnologías facilitadoras en los procesos productivos o en la competitividad les plantea un crecimiento y mejora de los indicadores de productividad y competitividad en el tiempo.

**Elementos teóricos**

Dentro de los elementos teóricos se delimitan los principales aspectos considerados en las revoluciones industriales las cuales han marcado en gran medida el desarrollo de las sociedades y la transformación de la humanidad llevando a las empresas y personas a adaptarse a los cambios que les reta el entorno. La primera revolución industrial marca el inicio de los procesos de trasformación de la producción en el mundo considerada por haber dado lugar en Inglaterra entre los años 1760 y 1860 caracteriza por un proceso y movimiento económico, científico y sobre todo tecnológico que permitió dotar a los operarios de las empresas de herramientas y medios que facilitaron los procesos productivos. La Segunda Revolución Industrial que inicia a mediados del siglo XIX y caracterizada por diferentes avances tecnológicos como lo fue la electricidad aplicada a la industria, el transporte y las diferentes actividades domésticas de la sociedad del momento, permitiendo impactar la reducción de los costos, la optimización de los procesos y las respuestas oportunidad a la dinámica del mercado para la fecha. (Pernias, 2017)

De igual forma la Tercer Revolución Industrial continúa dando transformaciones a la sociedad siendo denominada como la sociedad de la información lanzado así por el economista Jeremy Riflkin en el siglo XX, una revolución caracterizada por la incorporación de nuevas tecnologías de la comunicación e información, el desarrollo de energías renovables y modernización de los medios transporte fluvial, terrestre y aéreo. (Pernias, 2017)

Y hoy con la Cuarta revolución Industrial, una era digital en un ambiente donde las ciudades inteligentes y los algoritmos están tomando papel protagónico en el mundo, las pymes de países latinoamericano no pueden quedarse atrás, y viene a ser imperativo la incorporación de estas iniciativas en su normatividad, y en su día a día, aunque podemos ver varios ejemplos en el cual gracias al desarrollo de inteligencias artificiales, muchas pymes están empezando a utilizar chatbots con el fin de automatizar tareas, como la atención a clientes, aunque a una velocidad mucho menor que la de las empresas grandes. Son pequeños pasos, pero hacia un gran avance, que claramente debe ser atendido. No es de tomar a la ligera el hecho de que únicamente el 26% de las empresas cuentan con un puesto específico de funciones digitales, de acuerdo a aquellas estadísticas. (Carvajal, 2017)

De esta manera aparecen varios modelos para identificar el nivel de madurez digital como el Modelo de Madurez de Transformación Digital (MMTD) de Innpulsa que es un esquema organizado y metodológico mediante el cual permite identificar el nivel de digitalización de los procesos, las capacidades instaladas y las debilidades en las MIPYME usuarias finales de los CTDE para a partir de ello, establecer procesos de Transformación Digital y la mejora de las competencias TIC que deriven en un incremento del desempeño empresarial y de la identificación de un modelo de negocio digital que es uno de los pilares del Modelo de Madurez para la Transformación Digital que analiza qué tan digitalizados están los procesos de una empresa, es decir, en nivel de utilización o apropiación de soluciones TIC para que los procesos de la cadena de valor sean más eficientes, productivos y aporten mayor valor a través de la explotación de los datos que generan. (Innpulsa, 2019)

**Método**

El tipo de la investigación es aplicada, con alcance descriptivo y de corte transversal. Se usaron los resultados del modelo de madurez digital aplicado por un Centro de Transformación Digital del municipio de Dosquebradas, Risaralda, Colombia a través de la metodología de del modelo de madurez digital de Innpulsa como base de la información.

**Análisis descriptivo**

La investigación es de carácter descriptivo, ya que su propósito fue elaborar una metodología que permite valorar financieramente la gestión del conocimiento y activos intangibles aplicable a los grupos de investigación de Instituciones de Educación superior.

La presente investigación permitió:

* Caracterizar el objeto del estudio mediante medios y herramientas que ofrezcan información pertinente y adecuada.
* Describir el ambiente en el cual se presentan las características de una situación o problemática relevante.
* Determinar la metodología para valoración financiera de la gestión del conocimiento y activos intangibles aplicable a grupos de investigación en Instituciones de Educación Superior.

**Dimensiones**

**1.** Caracterización empresarial

**2.** Nivel de madurez digital

**3.** Presencia en canales digitales

**Resultados**

Se presentan los resultados a nivel de caracterización de las empresas según el modelo de diagnóstico de Innpulsa, para posteriormente analizar cómo esta caracterización se enlaza con el crecimiento de las empresas y cómo algunas mediciones a niveles cualitativos pueden dar como resultado cuáles son las mejores formas de abarcarla transformación digital para entender los puntos de frente donde se tiene mayor concentración de factores que estén asociados.

**Caracterización de las empresas diagnosticadas desde el Centro de Transformación Digital de Dosquebradas de acuerdo al modelo de Impulsa Colombia.**

Gráfico 1: Clasificación de las empresas por sector

En su mayoría las empresas analizadas están divididas en los diferentes sectores económicos a las que pueden pertenecer de acuerdo con su actividad o razón social. Esto es una información positiva para la investigación debido a se puede comprobar que estas son las empresas que en general tienen un impacto económico no solamente a través de su única actividad económica, sino que también impactan a lo largo de toda la sociedad y toda la economía generalizada. Estas empresas distribuidas a lo largo de varios códigos CIUU permiten identificar cuáles son las áreas más fuertes donde la investigación va a estar haciendo presencia, pero también en las cuales tendrán un impacto positivo a nivel regional en la utilización de estas tecnologías.

Gráfico 2: Número de empleados en las empresas diagnosticadas

En su mayoría las empresas que fueron analizadas con la metodología de Impulsa en su Fase 1 y 2 fueron empresas que mayormente tienen una cantidad baja de empleados. El 66,3% de las empresas tenían únicamente 1 empleado, siendo esta la mayoría de las empresas, a partir de allí empezando en una escalera descendente llegando hasta el máximo de empleados: 22, siendo esto apenas el 0,6% de las empresas analizadas, por lo tanto la mayoría se encuentra entre 1 solo empleado y 5 empleados (aunque la cantidad de empresas que tiene 5 empleados es también un 1,7%, lo que significa que ya de por sí la mayoría es rápidamente proporcional a su cantidad de empleados, siendo que el número de empleados 2 representa un 16% y 3 representa un 6,9%.

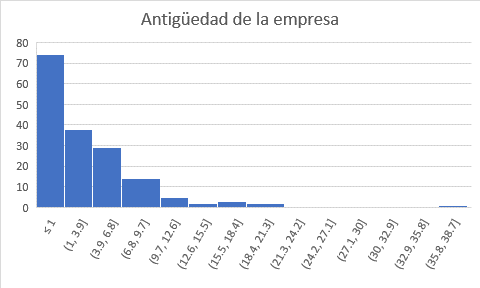
Gráfico 3: Numero de empresas analizadas en fase 1 y 2 CTDE

La mayoría de las empresas que fueron analizadas se encuentran ubicadas en el municipio de Pereira, con un 52% de empresas allí localizadas al ser la capital de Risaralda, y los otros dos sectores de Santa Rosa y Dosquebradas son los que se dividen el resto con un 24,6% y un 22,9% respectivamente.

Gráfico 4: Tamaño de las empresas

Si analizamos la caracterización de las empresas desde un punto de vista de la clasificación de su tamaño podemos ver que en su mayoría son empresas micros las que se encuentran en el proceso, tanto en la fase 1 como en la fase 2, y esto es porque suele haber una correlación directa entre la velocidad de adaptabilidad de los negocios en conjunto con su tamaño; al tener más capital una empresa pequeña que una empresa micro, sin mencionar las empresas medianas y grandes, es más probable que hayan invertido capital en la transformación digital de su negocio y se le haya permitido la evolución de dichas tecnologías. Esto es, adicionalmente, porque entre la empresa más pequeña sea más facilidad de manualidad tiene, mientras que una empresa que sea mediana o grande no puede darse explícitamente el lujo de hacer procesos de forma manual, y que sus procesos son más grandes.

Gráfico 5: Años de antigüedad de las empresas



La mayoría de las empresas que se investigaron tanto en la Fase 1 como en la Fase 2 son empresas que fueron creadas desde el 2005 hasta el 2021, pero con una antigüedad intermitente desde las fechas del 2016 hasta el 2020 que es donde la mayoría de las empresas fueron creadas. Esto nos indica que en su mayoría las empresas fueron creadas después de la pandemia y nos indica una época difícil pero también victoriosa al mostrar que las empresas más recientes son las que más ayuda requieren para el mundo digital.

Gráfico 6: Formalización de la empresa

Las empresas analizadas presentan las siguientes cifras frente a la formalización de la empresa, siendo un 92% de las empresas analizadas las que se encuentran debidamente formalizadas y un 8% de emprendimiento que aún no cuenta con su registro en Cámara de Comercio.

**Identificación de la transformación digital de las empresas atendidas en el centro de transformación digital de Dosquebradas de acuerdo al modelo de Innpulsa Colombia**

Gráfico 7: Resultado del proceso aplicación del modelo de transformación digital

En el momento de revisar el gráfico que indica la cantidad de empresas que han estado a través de este proceso se puede ver en su mayoría se encuentran en el proceso de Empresa monitoreada, pero que las empresas transformadas y empresas impactadas con productividad están en un porcentaje bastante similar, esto nos indica que efectivamente la cantidad de empresas que fueron analizadas no impacta necesariamente el proceso de nuevos clientes, sino que de forma individual aquellas que se encuentran en cada estado está respectivo con su proceso de madurez digital.

Gráfico 8: Valor promedio de los activos año 2020 según característica de la empresa.

Las empresas transformadas son aquellas empresas que reciben servicios de diagnóstico empresarial por parte del centro de transformación digital en temas de rediseño de procesos, capacitación, implementación de soluciones TIC y monitoreo del desempeño empresarial y el impacto generado representadas en el gráfico con una participación promedio en activos de $6.090.000, seguido de las empresas monitoreadas que son a las empresas que fueron beneficiarias de los CTDE en la fase 1 de la estrategia y que son monitoreadas en su desempeño empresarial y el impacto generado y con un promedio en activos de $32.946.667 para las empresas impactadas con productividad las cuales se identifican aquellas que una vez implementado el plan de transformación obtuvieron mejorar en algún indicador de productividad.

Gráfico 9: Valor promedio de las ventas año 2020 según característica de la empresa

En su mayoría estas gráficas indican que las empresas transformadas, monitoreadas e impactadas con productividad tuvieron un impacto positivo en sus ventas tanto en el 2020 como en el 2021, por lo cual podemos señalar que la digitalización se está llevando a cabo, teniendo ramificaciones desde un punto de vista económico y que genera un efecto positivo en estas ventas.

Gráfico 10: Número de clientes promedios por tipología de empresa

Cuando se revisa la clasificación de madurez de las mencionadas empresas, se puede observar cuenta que cuando se revisa la cantidad de clientes promedio que han estado consiguiendo también ha aumentado con empresas que se encuentran en estado de Empresas Monitoreadas, luego las que siguen con empresas transformadas y finalmente las que están en empresas impactadas con productividad, tanto para fase 1 como fase 2. Esto se convierte en un dato interesante porque dice que aquellas que están más inmersas en el proceso han tenido mejores resultados, y esto se vuelve posible gracias a los procesos de habilitación de digital y la utilización de las herramientas que permiten realizar un mejor proceso de automatización. Esto también es importante porque nos permite descubrir que, si revisamos todo el proceso según la digitalización, los clientes satisfechos y los procesos de digitalización para adquisición de nuevos clientes traen mejores resultados.

Gráfico 11: Nivel de digitalización de las empresas fase 1 y fase 2

De acuerdo con los resultados presentados se puede observar que el 90.15% de las empresas de fase 1 y fase dos se encuentran en un nivel uno de digitalización del modelo de negocio entendiéndose que desde la interacción es decir la relación con otras personas o agentes se hace muy hacía la utilización de medios físicos, así mismo la operación y gestión es de ejecución muy manual en donde la generación de ideas y datos de hace a través de análisis únicamente humanos, solo un 9,85% de las empresas estudiadas en el presente proyecto se encuentran en un nivel dos que indica que la interacción con otros se hace con algunas herramientas digitales reactivas, así mismo sus operaciones se encuentran documentadas o digitalizadas sin embargo no existe una interrelación entre las diferentes áreas de la empresa tanto que su análisis de datos e información se realiza por interés particular de alguna de las áreas o procesos del modelo de negocio y es consignada en cuadros y gráficos.

Gráfico 12: Nivel de los habilitadores para la transformación digital

Respecto de los niveles de habilitadores para la transformación digital se puede observar que el 17.7% se encuentra en un nivel 1, el 70,94% en un nivel 2, el 10,84 en un nivel 3 y un 0.49% en un nivel 4, entendiendo que entre más alto sea el nivel la empresa se encuentra en mayor capacidad para atender los retos de la transformación digital de su modelo de negocio desde las tres categorías que tiene el modelo de madurez digital de Innpulsa 2019, considerando el nivel estratégico y de gobierno digital como aquel que hace referencia a la alineación entre la estrategia de la empresa y la ruta hacia la transformación digital en donde se contemplan los diferentes cambios a nivel interno que permitan alcanzar los objetivos propuestos a nivel estratégico por la empresa. Otro de los habilitadores es de los modelos de negocios aquí se identifica la capacidad que tiene la empresa de poder identificar las oportunidades del entorno y finalmente la categoría de la ruta de la transformación digital que busca identificar los proyectos o áreas que adoptaran estrategias y tecnologías facilitadoras digitales tanto en el mediano como en el largo plazo.

Gráfico 13: Estados de la transformación digital

De las empresas analizadas se encuentran en un 89% empresas principiantes que tienen un nivel muy bajo de digitalización y de habilitadores para la transformación, un 10% de las empresas se encuentran en un estado conservador con bajos niveles de digitalización del modelo de negocio aunque presentan tecnologías que les permitirán mejorar su proceso hacia la transformación digital y finalmente un 1% de empresas transformadas que tienen niveles muy altos de habilitadores para la transformación digital haciendo un modelo de negocio digital muy maduro.

Gráfico 14: Ciclo empresarial del modelo de negocio

De acuerdo con el análisis realizado se encuentran un 99% empresas con un potencial de crecimiento o crecimiento acelerado para la trasformación digital lo que implica la necesidad de una ruta hacia la transformación digital acorde con su prioridad y objetivos estratégicos asumiendo retos que demanda la transformación digital en ese sentido, estas son empresas que han logrado desarrollar un producto que tienen buena demanda en el mercado y generan ventas, sin embargo aún pueden mejorar algunos aspectos internos del modelo de negocio y la propuesta de valor de sus productos y servicios. Estas empresas presentan desafíos en cuestión de atender el crecimiento de la demanda a través de valor agregado que permita atender ventas y la sostenibilidad del negocio logrando mejorar su productividad y competitividad empresarial.

Tan solo un 1% de las empresas analizadas se encuentran en una etapa de descubrimiento o preparación lo que indica que son emprendimientos nuevos o su desarrollo de producto y prueba de mercado aún es incipiente, por tanto, el reto de estas empresas es ajustar su producto o servicio a una propuesta de valor acorde a las necesidades de los clientes.

Finalmente, el análisis respectivo de las redes sociales relacionado con el nivel de digitalización y de presencia online que tienen para llegar a los diferentes segmentos de clientes. Entendiendo, sin embargo, que las redes sociales no son la única forma de llegar a los clientes a través de medios digitales (como por ejemplo el e-mail, mensajes de texto o posicionamiento en buscadores), pero sin desmeritar la gran importancia que se tiene en las redes sociales en caso de querer llegar a públicos. La mayoría de las personas que tienen acceso a internet tienen acceso a redes sociales y por lo tanto tienen uso de estas redes de conexión donde interactúan y consumen contenido de personas conocidas, desconocidas, creadoras de contenido digital, y empresas que quieren llegar a estas personas. Las redes sociales manejan el sistema de negocio basado en anuncios que sostienen las empresas que tienen productos y servicios para ofrecer, y a diferencia de los previos medios tradicionales, se puede denotar un retorno de inversión superior a los otros medios de publicidad, por lo que se vuelve imperativo no solamente tener presencia en redes sociales si no también aprender a utilizarlas como medio de inversión.

**4. Conclusiones**

La transformación digital tiene muchos frentes para abarcar, y sobre todo desde un punto de vista cultural se habla de un cambio que genera impactos en todos los ámbitos de la sociedad incluyendo la economía, los negocios, y la educación. Este proceso no es fácil para las empresas, inicialmente debiéndose tanto al cambio cultural como a lo relacionado con la estructura digital, la sensibilización, la falta de conocimiento y la valoración de la importancia de la transformación digital de la empresa para mejorar su productividad y competitividad empresarial.

De acuerdo con los resultados de los procesos orientados por el Centro de Transformación Digital esto nos lleva a justificar la importancia de la generación de los Centro de Transformación Digital o de diferentes estrategias para ayudar a las empresas a mejorar sus procesos y comunicación efectiva con los clientes, quienes son hoy por hoy los protagonistas del proceso de transformación digital, por tanto las empresas que presentan retos desde la identificación del nivel de madurez de las mismas lográndolo a través de la caracterización de sus proceso, cultura de la transformación digital, el análisis de las redes y la ruta plan hacia la transformación digital, apuntando hacia el objetivo de generar un cambio en la sociedad a través de la educación, los negocios y el marketing; en este sentido las tendencias y necesidades actuales del mercado involucran nuevas demandas, haciendo que las empresas micro, pequeñas y medianas tengan que estar preparadas para la era digital; y esto implica varios retos competitivos, dentro de ellos la transformación digital de los negocios mediante procesos, procedimientos, plataformas y rutas que les permitan competir en entornos digitales globalizados.

El modelo de madurez digital de Innpulsa presenta unas fases generales para el proceso de transformación digital dentro de las cuales se parte de un diagnóstico del estado digital del negocio que permite evaluar el nivel de madurez digital de la empresa; este diagnóstico permite identificar una línea base de la empresa y comparar en términos del sector al que pertenece, las tendencias, los retos, sus procesos clave en relación a su cadena de valor con el fin de orientar su estrategia de negocio exitosa, seguido se desarrolla un plan de Transformación Digital Empresarial, que corresponde a una guía en función estratégica de ruta para su implementación; para lo cual es importante también la formación y capacitación del empresario de manera que pueda desarrollar en forma efectiva y finalmente se espera que la empresa implemente el plan y mejore sus indicadores de productividad y competitividad en el tiempo.

Las empresas impactadas con productividad, monitoreadas y transformadas estuvieron dispuestas a la fase de ejecución del plan, en donde partieron de sensibilización y formación del empresario hacia la implementación de las soluciones tecnológicas y digitales adecuadas a micro, pequeña o mediana empresa, a través de soluciones como sistemas CRM, que atendieron los procesos de relacionamiento con los clientes y el mercado, sistemas ERP para la administración que les permitieron facturar, llevar gastos, reporte bancarios y análisis inteligentes sobre la información contable de la empresa, así mismo la implementación de estrategias de marketing de social media que les permitió mejorar al posicionamiento de marca y de producto.

**5. Referencias**

Andinalink. (2019). *Andinalink.com*. Obtenido de https://andinalink.com/entendiendo-el-internet-de-todo/

Carvajal. (2017). La cuarta Revolución Industrial o Industria 4.0 y su impacto en la educación superior en ingeniería en Latinoamérica y el Caribe. (Ponencia). *15th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology: Global Partnerships for Development and Engineering Education. Boca Ratón.* EE UU.

Esss. (2020). *Pilares de la Industria 4.0*. Obtenido de https://www.esss.co/es/blog/los-pilares-de-la-industria-4-0/#:~:text=La%20cuarta%20revoluci%C3%B3n%20industrial%20permite,mayor%20calidad%20a%20costos%20reducidos.

Hurtado, E. (2020). *Erikhurtado.click*. Obtenido de https://www.erickhurtado.click/que-es-la-transformacion-digital/

Izt . (2020). Obtenido de http://www2.izt.uam.mx/newpage/contactos/anterior/n80ne/nube.pdf

Laredo, N. (2020). *ItNuevoLaredo.edu.mx*. Obtenido de http://www.itnuevolaredo.edu.mx/takeyas/Articulos/Inteligencia Artificial/ARTICULO Introduccion a la Inteligencia Artificial.pdf

MinTic. (2019).

País, E. (2019). *Cuarta Revolución Industrial* . Obtenido de https://www.webcolegios.com/file/6a0f07.pdf

Pernias. (2017). Nuevos empleos, nuevas habilidades: ¿estamos preparando el talento para la Cuarta Revolución Industrial? *Revista de Economía*.

PowerData. (2020). Obtenido de Transformación Digital: https://www.powerdata.es/transformacion-digital

SalesForce. (2018). *Cuarta revolución Industrial*. Obtenido de https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/4/Que-es-la-Cuarta-Revolucion-Industrial.html

SalesForce. (2019). *ItCommunicacion*. Obtenido de Transformación digital sin dolor: https://itcomunicacion.com.mx/transformacion-digital-sin-dolor/

Sampieri, H. (2006). *Metodología de la investigación. Mexico: McGraw-Hill.* Mexico: McGraw-Hill.

Villanovau. (2020). *Villanovau*. Obtenido de https://www.villanovau.com/resources/bi/what-is-big-data/#.W6-02y\_SFpg

CTDE. (2019). Centros de Transformación Digital Empresarial. Obtenido de https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/w3-channel.html

https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/w3-channel.html

http://www.findglocal.com/CO/Dosquebradas/321273521744379/Centro-de-transformacion-digital-empresarial-de-Dosquebradas

[https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/w3-channel.html](about:blank)

https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/82265:Risaralda-tiene-dos-nuevos-centros-para-potenciar-empresas

[https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/149186:MinTIC-publica-el-Marco-de-Transformacion-Digital-para-mejorar-la-relacion-Estado-ciudadano](about:blank)

[https://www.gov.co/files/Normograma\_estrategia\_integraci%C3%B3n\_digital.pdf](about:blank)

https://mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-19596.html

Dinero. (2020).

Economía Aplicada. (27 de marzo de 2019). Obtenido de http://economiaaplicada.co/index.php/10-noticias/1493-2019-cuantas-empresas-hay-en-colombia

El Diario. (5 de septiembre de 2019). Balanza entre Mipymes y grandes empresas, a punto de equilibrarse. Obtenido de https://www.eldiario.com.co/balanza-entre-mipymes-y-grandes-empresas-a-punto-de-equilibrarse/

INNPULSA . (2020). Realidades de la TD. Bogotá.

INNPULSA METODOLÓGICA [https://Innpulsa colombia.com/sites/default/files/convocatorias-pdf/anexo\_no.\_5\_-\_metodologia\_y\_cronograma\_general\_a\_implementar\_por\_el\_consultor.pdf](about:blank)

[https://www.Innpulsa colombia.com/preguntas-frecuentes](about:blank)

MinTIC. (26 de abril de 2019). Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-100400.html?\_noredirect=1](about:blank)

1. Docente Investigador Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras de la Fundación Universitaria del Área Andina, seccional Pereira. [↑](#footnote-ref-1)
2. Estudiante de Administración de Negocios Internacionales, Asistente de Investigación. [↑](#footnote-ref-2)
3. Estudiante de Administración de Negocios Internacionales, Asistente de Investigación. [↑](#footnote-ref-3)