

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	CARTA DE AUTORIZACIÓN					SC 7304-1 SA-COPE 307528 OS-CER 307555	
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 2

Neiva, 14 de julio de 2025

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Neiva

La suscrita:

Edna Milceth Malambo Peña, con C.C. No. 20162152231,

Autora del trabajo de grado titulado Análisis de la percepción de los empresarios en torno a la transformación digital del municipio de Pitalito-Huila presentado y aprobado en el año 2025 como requisito para optar al título de Administradora de Empresas.

Autorizo al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: Edna Milceth Malambo Perea

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Análisis de la percepción de los empresarios en torno a la transformación digital del municipio de Pitalito-Huila

AUTOR O AUTORES: Edna Milceth Malambo Peña

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Edna Milceth	Malambo Peña

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Carolina	Rivera Vargas

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Administradora de Empresas

FACULTAD: Economía y Administración de Empresas

PROGRAMA O POSGRADO: Administradora de Empresas

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

CIUDAD: Neiva

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2025

NÚMERO DE PÁGINAS: 56

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___Fotografías___Grabaciones en discos___Ilustraciones en general _X__Grabados___
Láminas___Litografías___Mapas___Música impresa___Planos___Retratos___ Sin ilustraciones___Tablas
o Cuadros_X_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: Microsoft Word

MATERIAL ANEXO: Tabla de presupuesto y cronograma del proyecto

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Innovación	Innovation	6. Tecnología	Technology
2. Digitalización	Digitalization	7. Tecnología	Training
3. Percepción	Perception	8. Resistencia	Resistance
4. Empresarios	Businessmen	9. Accesibilidad	Equipment
5. Competitividad	Competitiveness	10. Pitalito	Pitalito

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

El proyecto tuvo como objeto analizar la percepción que tienen los empresarios del municipio de Pitalito, Huila, frente a los procesos de transformación digital en sus organizaciones. A partir de un enfoque mixto y un diseño descriptivo, se aplicaron instrumentos de recolección de datos a una muestra de 53 empresarios, seleccionados mediante fórmula estadística para población finita. Los resultados evidenciaron que, aunque la mayoría de los encuestados reconoce la importancia de la digitalización en la competitividad y sostenibilidad empresarial, persisten brechas en habilidades digitales, resistencia al cambio y limitaciones en infraestructura tecnológica.

El estudio identificó que el 72% de los empresarios entrevistados consideran que la transformación digital determina el éxito empresarial, en respuesta a las preguntas sobre los factores que generan nuevos caminos en la creación de valor a través de la Transformación Digital, se encontró que el 70% de los encuestados considera que la estrategia es el elemento clave. Sin embargo, el analfabetismo digital, especialmente en empresarios mayores de 40 años, y el bajo acceso a internet de banda ancha en la región, son obstáculos

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

significativos. La matriz DOFA elaborada permitió establecer estrategias que vinculan la formación, la innovación tecnológica y la articulación institucional como ejes clave para avanzar en procesos de digitalización local.

Este trabajo aporta una visión integral sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta el tejido empresarial de Pitalito en su transición hacia lo digital, proponiendo rutas de acción que pueden fortalecer su competitividad en un entorno económico cada vez más dinámico y tecnológicamente exigente.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

The project aimed to analyze the perceptions of entrepreneurs in the municipality of Pitalito, Huila, regarding digital transformation processes in their organizations. Using a mixed-method approach and a descriptive design, data collection instruments were applied to a sample of 53 entrepreneurs, selected using a statistical formula for a finite population. The results showed that, although the majority of respondents recognize the importance of digitalization for business competitiveness and sustainability, gaps in digital skills, resistance to change, and limitations in technological infrastructure persist.

The study found that 72% of entrepreneurs interviewed believe that digital transformation determines business success. In response to questions about the factors that generate new avenues for value creation through Digital Transformation, 70% of respondents considered strategy to be the key element. However, digital illiteracy, especially among entrepreneurs over 40 years of age, and the limited access to broadband internet in the region are significant obstacles. The SWOT matrix developed allowed for the establishment of strategies that link training, technological innovation, and institutional coordination as key pillars for advancing local digitalization processes.

This work provides a comprehensive view of the challenges and opportunities facing Pitalito's business community in its transition to digital, proposing courses of action that can strengthen its competitiveness in an increasingly dynamic and technologically demanding economic environment.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: Francisco José Muñoz Ordóñez

Firma:



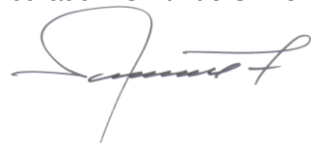
Nombre Jurado: Alexander Quintero Bonilla

Firma:



Nombre Jurado: Hernando Gil Bonilla

Firma:



Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

**Análisis de la percepción de los empresarios en torno a la transformación digital del
municipio de Pitalito-Huila.**

Edna Milceth Malambo Peña

Código:20162152231

Facultad de Economía y Administración de Empresas Administración de Empresas,

Universidad Surcolombiana

Director (a):

Carolina Rivera Vargas

Mag. Administración de Empresas- USCO

Pitalito – Huila

2025

Tabla de Contenido

1.	Introducción	5
2.	Planteamiento del problema	6
2.1.	Formulación del problema	11
3.	Objetivos	12
3.1.	Objetivo General	12
3.2.	Objetivos Específicos	12
4.	Justificación.....	13
4.1.	Justificación Teórica	13
4.2.	Justificación Práctica	14
4.3.	Justificación Desde los Propósitos de la Usco y el programa de formación.....	14
5.	Marco teórico	16
5.1.	Transformación digital	16
6.	Estado del arte	22
7.	Marco conceptual	27
8.	Metodología	32
8.1.	Tipo de Investigación	32
8.2.	Enfoque	33
8.3.	Población y Muestra.....	33
8.4.	Cálculo del tamaño de una muestra.....	33
8.5.	Técnicas e Instrumentos de Recolección	34
8.6.	Análisis de la Información	34

9.	Resultados y discusión	36
10.	Conclusiones	45
11.	Recomendaciones.....	48
12.	Referencias	49
13.	Anexos.....	55
Anexo A. Recursos administrativos del proyecto		55

Lista de Gráficas

Gráfica 1.....	36
Gráfica 2.....	37
Gráfica 3.....	38
Gráfica 4.....	39
Gráfica 5.....	40
Gráfica 6.....	46

1. Introducción

La tecnología es uno de los factores de mayor incidencia en la comercialización y el éxito de las empresas. Con ella los procesos digitales aportan un amplio sentido de reconocimiento, posicionamiento y cobertura en el ámbito de los servicios y productos. Por lo tanto, es fundamental profundizar en investigaciones que permitan a las organizaciones poner en práctica diversas herramientas para lograr un mejor futuro, ya que esto implica una serie de cambios necesarios para avanzar en escenarios futuros.

A partir de ideas de Sebastián *et al* (2017), citado por Galindo-Rodríguez (2020), se analizan aspectos de incidencia para las organizaciones en relación con las tecnologías digitales, tales como el comportamiento y las expectativas del consumidor, el panorama competitivo, y el flujo constante de información. Estas situaciones alteran los hábitos de los consumidores o usuarios, obligándolos a modificar sus comportamientos y actividades comerciales. Entre estas modificaciones se incluye la alfabetización digital, que permite reconocer nueva información, aumentar la riqueza en conocimientos y encontrar mejores formas de acercarse a los clientes en un modelo de negocio más actualizado. Una prueba de ello es la presencia de tecnología en las 7.607 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Pitalito hasta 2023.

Con estos referentes la presente investigación permite desarrollar aspectos de reconocimiento y crecimiento empresarial, dado que a ella se unen elementos de tecnología por lo que todo el capital humano debe alfabetizarse para estar al tanto de los avances de la misma, adaptándose de forma gradual a cada uno de los cambios que proporciona la tecnología digital entre los que menciona Vial (2019), como informática, comunicación y conectividad, involucrando en sus actividades aspectos de requerimiento tecnológico que demuestran la relevancia de los avances del mundo digital en el mundo organizacional.

2. Planteamiento del problema

En el contexto global comercial, la transformación digital se ha convertido en un factor crucial para la competitividad de las empresas, la digitalización de procesos, la adopción de tecnologías emergentes y la innovación tecnológica están redefiniendo la manera en que las empresas operan y compiten en el mercado, de acuerdo con Muñoz, et al. (2023) la transformación digital implica la integración de tecnologías digitales en todas las áreas de un negocio, cambiando fundamentalmente cómo se opera y se entrega valor a los clientes, además, requiere un cambio cultural que desafía el statu quo y fomenta la experimentación y la adaptación constante.

A nivel mundial muchas empresas han adoptado la transformación digital como una estrategia esencial para mantenerse competitivas, las empresas que han logrado integrar tecnologías digitales en sus procesos han reportado mejoras significativas en eficiencia, reducción de costos, y una mejor capacidad para responder a las demandas del mercado, sin embargo, este proceso no está exento de desafíos, tales como la resistencia al cambio, la falta de habilidades digitales en la fuerza laboral y la necesidad de inversiones considerables en infraestructura tecnológica (Tabares Quiroz & Correa Velez, 2020).

De acuerdo con MinTIC (2023), en América Latina la transformación digital también está cobrando importancia, las empresas de la región están comenzando a reconocer la necesidad de digitalizar sus operaciones para mejorar su competitividad en un mercado cada vez más globalizado. Sin embargo, la velocidad y el alcance de la adopción de tecnologías digitales varían considerablemente entre los países y sectores, factores como la infraestructura tecnológica, el acceso a financiamiento, y las políticas gubernamentales desempeñan un papel crucial en este proceso.

Colombia no es una excepción a esta tendencia, el gobierno colombiano ha lanzado diversas iniciativas para promover la transformación digital y mejorar la competitividad del país, sin embargo, el nivel de adopción y la percepción de la transformación digital pueden variar significativamente entre diferentes regiones del país, en particular, las regiones más alejadas de los centros urbanos principales pueden enfrentar desafíos adicionales relacionados con la infraestructura y el acceso a tecnología.

Las organizaciones han venido en un proceso de crecimiento gracias a la implementación de la tecnología, que de manera consciente, plantea estrategias para la puesta en práctica, por lo que resulta ser un tema de alta complejidad, precisamente, por las diversas herramientas que debe aplicar y que inciden en procesos educativos o de formación para la nueva adquisición de una cultura de negocios de integración, que permite alcanzar oportunidades para nuevos escenarios, porque con ella se rompe barreras de comunicación y se puede alcanzar información para beneficio institucional, personal o comunitario.

A partir de la vinculación de este concepto a la vida empresarial, los líderes y/o empresarios iniciaron procesos digitales con el fin de enfrentar desafíos y separar las brechas de conocimiento y distancia; de esta manera, se inició el proceso de cambio, hacia una alta gama de oportunidades con el incidente de formación, que para los empresarios jóvenes ha venido siendo una oportunidad de progreso, pero, para los empresarios acostumbrados al manejo de comunicaciones únicamente telefónicas, ha causado dificultades en el aprendizaje, puesto que el nuevo lenguaje de la tecnología les ha resultado difícil en el aprendizaje, por esta razón, se debe superar el analfabetismo digital, especialmente en empresarios de edades superiores a los 40 años, cuyo lenguaje digital es complicado y con mayor razón para la aplicación o práctica (Colombia Aprende, 2021).

En el contexto Laboyano, de acuerdo con la Cámara de Comercio del Huila (2024, p.9), el mercado está compuesto por un grupo de 7.607 empresas censadas en el municipio de Pitalito, siendo 1.046 de tipo jurídico y 6.561 de tipo natural. Estas empresas se dedican a la comercialización de productos de primera necesidad, artesanales, servicios de recreación y turismo, transporte intermunicipal y nacional, y restaurantes, entre otros. Aunque cuentan con procesos tecnológicos en sus estructuras, la mayor parte de estas organizaciones utiliza tecnología empírica. Esta situación evidencia la brecha de diferenciación, a pesar de que la riqueza de la región es amplia, generando oportunidades de desarrollo en diferentes escenarios de operación.

De acuerdo con Bravo – Rojas (2021), existe una barrera cultural de resistencia al cambio dentro de algunas organizaciones, empresarios y empleados muestran discrepancia en abandonar métodos tradicionales de operación y gestión, lo cual dificulta la adopción de nuevas tecnologías y procesos digitales, esta resistencia puede estar vinculada a la falta de comprensión sobre los beneficios concretos que la transformación digital puede ofrecer, así como a la percepción de los costos y riesgos asociados con la implementación de cambios tecnológicos.

Otro problema significativo es la brecha digital y de habilidades, aunque muchos empresarios reconocen la importancia de la capacitación en competencias digitales, la disponibilidad de programas educativos adecuados y accesibles en Pitalito sigue siendo limitada, esto perpetúa una disparidad en la capacidad de las empresas para adoptar y aprovechar plenamente las tecnologías digitales para mejorar su productividad y competitividad en el mercado.

En este contexto, el municipio de Pitalito, ubicado en el departamento de Huila, representa un caso relevante para la presente investigación, en torno a la transformación digital,

de acuerdo a Moya, et al. (2018), Pitalito es una región con una economía en crecimiento, basada principalmente en la agricultura, el comercio y los servicios, los empresarios de esta región enfrentan el desafío de adaptarse a las nuevas demandas del mercado global mientras intentan mantener la competitividad de sus empresas, según DIAN (2023).

A nivel local los empresarios de este territorio pueden tener percepciones variadas sobre la transformación digital, influenciadas por factores como el tamaño de la empresa, el sector económico, el nivel de acceso a tecnologías digitales, y la capacitación disponible para los empleados. Además, la disposición en adoptar tecnologías digitales puede estar condicionada por la percepción de los beneficios potenciales, así como por las barreras percibidas, como el costo y la complejidad de implementación.

En consecuencia y de acuerdo con Claro, M. (2020) es fundamental comprender cómo los empresarios de la ciudad de Pitalito perciben la transformación digital y su impacto en la competitividad de las empresas. Esta percepción permite determinar los factores que deben adoptarse en relación con las tecnologías. No solo ayudará a identificar las oportunidades y desafíos específicos que enfrentan los empresarios locales, sino que también facilitará el desarrollo de estrategias y políticas más efectivas para promover la transformación digital en la región.

Como señalan Hurtado et al. (2022), el análisis de la población y la penetración digital en el departamento del Huila, especialmente en el municipio de Pitalito, muestra una notable adopción de tecnologías digitales y redes sociales. Esta adopción es fundamental para la transformación digital y la competitividad empresarial. En 2023 el departamento del Huila tiene una población de 1.235.851 habitantes, de los cuales Pitalito alberga 135.773. Según el Informe Nacional de Competitividad 2022 – 2023 menciona que en el departamento del Huila el 51.5%

de los huilenses tiene acceso a internet (Rojas, L. 2022). Mientras que en Pitalito el porcentaje de población con suscripción a internet fijo banda ancha es de (3,01) comparado con Neiva (10,0), Altamira (4,82), Tesalia (3,58), en Pitalito el porcentaje de penetración de internet es bajo (Hernández, 2024).

Este dato sugiere que Pitalito no está ligeramente conectado a internet en comparación con el promedio departamental, lo que puede enfrentar dificultades para acceder a servicios en línea, lo cual es crucial para la educación, el trabajo y la competitividad empresarial. Entorno a las redes sociales como Facebook que es la plataforma más popular, en el Huila el 72.4% de la población utiliza Facebook, mientras que en Pitalito el uso es aún mayor, con un 78.2%. Instagram y Twitter también muestran una mayor penetración en Pitalito (51.7% y 15.3% respectivamente) comparado con el Huila en general (45.3% y 12.4% respectivamente), YouTube es la plataforma con mayor uso tanto en el Huila (85.2%) como en Pitalito (90.1%), indicando un alto consumo de contenido multimedia (MinTIC 2023).

En síntesis, los datos reflejan que Pitalito enfrenta desafíos en términos de conectividad a internet. Sin embargo, la población muestra un fuerte interés y uso de plataformas digitales. Esto proporciona una base sólida para que los empresarios locales adopten tecnologías digitales, mejoren su competitividad y se adapten a las demandas del mercado moderno. A pesar de la baja penetración de internet fijo de banda ancha, el alto uso de redes sociales y plataformas como YouTube sugiere que los empresarios en Pitalito tienen una ventaja relativa. Esta situación les puede permitir estar mejor posicionados para integrar la digitalización en sus estrategias empresariales.

Es importante resaltar que, las principales problemáticas que enfrentan los empresarios de Pitalito-Huila en relación con la transformación digital incluyen la falta de recursos financieros,

resistencia al cambio cultural, brechas de habilidades digitales y limitaciones en la infraestructura tecnológica, abordar estas cuestiones requerirá políticas públicas y estrategias empresariales que promuevan la inversión en tecnología, fomenten una cultura organizacional receptiva al cambio y mejoren el acceso a la educación en competencias digitales, así como a una infraestructura tecnológica adecuada y confiable.

2.1. Formulación del problema

Por lo tanto, la pregunta de investigación que guía este estudio es: ¿Cuál es la percepción que tienen los empresarios del municipio de Pitalito, Huila, en relación con la transformación digital?

3. Objetivos

3.1.Objetivo General

Establecer la percepción que tienen los empresarios del municipio de Pitalito-Huila entorno a la transformación digital.

3.2.Específicos

- Diagnosticar los principales factores que influyen en la percepción de los empresarios objetivo entorno a la transformación digital, en Pitalito, Huila.
- Determinar el nivel de percepción que tienen los empresarios del municipio de Pitalito-Huila en torno a la transformación digital en el campo empresarial.
- Evaluar el nivel de conocimiento y la práctica actual de los empresarios de Pitalito-Huila sobre conceptos clave de transformación digital.

4. Justificación

4.1. Justificación Teórica

La transformación digital se ha consolidado como un elemento esencial para la competitividad empresarial a nivel global, particularmente en el contexto de economías en desarrollo como la de Colombia. En este sentido, la investigación sobre la percepción que tienen los empresarios del municipio de Pitalito, Huila, sobre la transformación digital es fundamental para entender cómo se están adaptando a un entorno cada vez más digitalizado. La implementación de tecnologías digitales no solo implica la modernización de procesos, sino también un cambio cultural que desafía las estructuras tradicionales de operación. Este estudio se centrará en diagnosticar los factores que influyen en la percepción de los empresarios sobre la transformación digital, identificando tanto las oportunidades como las barreras que enfrentan en su camino hacia la digitalización. Comprender estas dinámicas es crucial para el diseño de estrategias que promuevan un entorno favorable para la adopción de tecnologías emergentes y, por ende, para el crecimiento económico de la región.

Por otro lado, la investigación se enmarca en un contexto donde la brecha digital y de habilidades representa un reto significativo, especialmente en áreas menos urbanizadas como Pitalito. La resistencia al cambio y la falta de capacitación en competencias digitales son obstáculos que limitan la capacidad de los empresarios para aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital. Al analizar las percepciones y prácticas actuales de los empresarios en esta región, el estudio contribuirá a identificar las necesidades formativas y tecnológicas que deben ser abordadas para facilitar la integración de la digitalización en sus operaciones. En última instancia, esta investigación no solo tiene el potencial de iluminar el panorama local, sino que también puede servir como base para políticas públicas y programas de

capacitación que busquen cerrar las brechas existentes y fomentar un ecosistema empresarial más resiliente y competitivo en el Huila.

4.2. Justificación Práctica

Los resultados y hallazgos de esta investigación sobre la percepción de los empresarios de Pitalito, Huila, respecto a la transformación digital no solo ofrecerán una comprensión profunda de su situación actual, sino que también servirán como un recurso valioso para futuras investigaciones en el ámbito empresarial y tecnológico. La información recopilada permitirá sistematizar las experiencias y desafíos que enfrentan los empresarios en su proceso de digitalización, facilitando el desarrollo de estrategias más efectivas para promover la adopción de tecnologías digitales en la región.

4.3. Justificación Desde los Propósitos de la Usco y el programa de formación

Desde su creación, la USCO ha estado comprometida con la capacitación de profesionales que contribuyan al desarrollo sostenible de la región Surcolombiana. Al abordar cómo los empresarios locales perciben y enfrentan la transformación digital, este estudio se alinea con la misión de la universidad de formar profesionales capaces de gestionar el cambio y generar valor en sus comunidades. Además, la investigación no solo promueve el desarrollo de habilidades en la administración de empresas, sino que también se enfoca en el fortalecimiento del tejido empresarial de la región. Al proporcionar información valiosa sobre las oportunidades y barreras en la adopción de tecnologías digitales, se apoyará la formación de líderes que puedan implementar soluciones creativas e innovadoras, contribuyendo así al crecimiento económico y social de Pitalito (USCO, 2024).

Desde el programa de formación los hallazgos de la investigación de este estudio buscan forjar en los administradores de empresas una actitud interactiva en su territorio, fomentando la

colaboración con diversos actores y redes de conocimiento. Al explorar cómo los empresarios locales perciben la transformación digital, como futuros administradores se estará mejor preparado para establecer vínculos estratégicos que potencien el desarrollo de proyectos conjuntos, maximizando el impacto social y económico en la región (USCO, 2024).

Asimismo, la investigación contribuyó al desarrollo de habilidades en los administradores, permitiéndoles concebir y gestionar nuevos modelos organizacionales que generen valor. Al identificar las oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas en su proceso de digitalización, las empresas alcanzan su mayor expresión, facilitando el posicionamiento y crecimiento empresarial.

5. Marco teórico

5.1.Transformación digital

De acuerdo con Blanco et al., (2020), la transformación digital es un cambio radical. Cambia todo acerca de cómo se diseñan, fabrican, venden, entregan y atienden los productos, y obliga a los altos directivos a reconsiderar cómo se desempeñan las empresas, con nuevos procesos comerciales, nuevos sistemas de información y prácticas de gestión y, sobre todo, la naturaleza de las relaciones con los clientes (p.183).

Por su parte la OECD et al., (2020), manifiesta que la transformación digital conlleva muchos desafíos que son de carácter transfronterizo y, por tanto, requieren de una mayor cooperación internacional. Entre ellos se incluyen ámbitos como la regulación y las normas, la inversión, el comercio, la seguridad digital o desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía. La creación de alianzas más sólidas también puede promover un intercambio de conocimientos más pertinente y transferencias tecnológicas en distintas dimensiones, contribuyendo así a cerrar la brecha digital. (p.19).

Estos conceptos nos llevan a construir la ideología de disrupción digital de cambio repentino de estilos y modelos de vida de la sociedad. Para Valdés Figueroa & Pérez, (2020), la transformación digital, se refiere a la materialización de cambios en los procesos existentes, para hacerlos más eficientes, mejorando la toma de decisiones a partir de los grandes volúmenes de información relevante que las nuevas tecnologías disponibles hacen factibles de gestionar. Es decir, lo importante es el cambio cultural y organizacional que la tecnología hace posible más que la tecnología que se posee. (p.3)

Esto indica que la transformación digital está cambiando la forma de vida de las personas y las organizaciones como lo infiere Cebillas, (2017), “Los procesos de transformación digital de

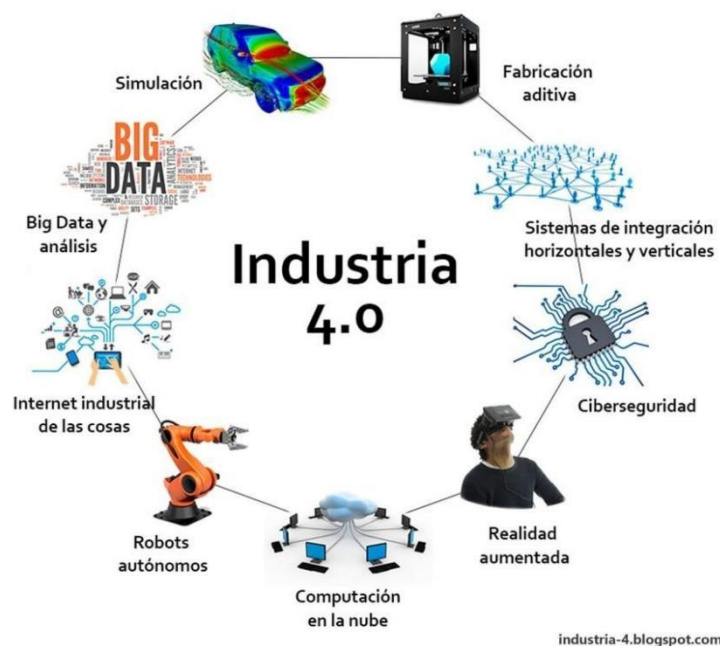
las empresas solo tendrán éxito si se llevan a cabo de forma consensuada con los trabajadores y si estos disponen de los recursos y capacidades necesarias de adaptación al nuevo entorno.”

La revolución industrial 4.0 también conocida como revolución digital, tuvo su inicio en 2016 durante el Foro Económico Mundial, donde Klaus Schwab presentó el término. Este fenómeno representa un proceso de crecimiento tecnológico e industrial que transforma los procesos productivos de las empresas, integrándolos con nuevas tecnologías. Según Blanco et al., (2020), el crecimiento tecnológico ha permitido fabricar productos y prestar servicios en formas y lugares completamente nuevos, siendo la conectividad la característica principal que une a estas tecnologías y las hace auténticamente disruptivas. Así, personas y objetos se conectan masivamente a internet, generando grandes conjuntos de datos relativos a su estado y a las transacciones e intercambios efectuados con otras personas y objetos; datos que, a su vez, también residen en internet y son susceptibles de ser empleados para construir nuevos productos y servicios. (p.11)

Lo anterior extrae la peculiaridad principal de aquel proceso de renovación industrial en las fábricas inteligentes que apoyan ductilidad en las necesidades de producción para lograr una mejora continua en el cumplimiento de metas con menor cantidad de recursos. Así mismo, la orientación está enfocada en robótica, simulación, sistema de integración, internet de las cosas, ciberseguridad, Cloud computing, 3D, realidad aumentada, Big Data. Gracias a las implicaciones de estos factores se abrían nuevos mercados competitivos y productivos, y el eje central mano de obra; no obstante, las nuevas profesiones se visualizan en tecnologías de análisis de datos en tendencias de producción y comercialización de productos.

Figura 1

Impacto de la industria 4.0 en las fabricas



Nota. La imagen representa cimientos de la industria 4.0. Fuente: Tomado (Tarin, 2012)

Para abordar el marco teórico sobre la percepción de los empresarios respecto a la transformación digital de un municipio como Pitalito, Huila, es esencial explorar varias teorías relevantes que fundamenten este tema, debido a que este concepto, en el ámbito de la administración, se refiere a cómo los individuos interpretan y comprenden la información que reciben a través de sus sentidos, este proceso es crucial en la toma de decisiones y en la forma en que se desarrollan las relaciones interpersonales dentro de una organización, diversas teorías han intentado explicar cómo se forma y se organiza la percepción, cada una destacando diferentes aspectos del proceso perceptual.

La teoría de la percepción sostiene que la percepción es el proceso mediante el cual los individuos organizan e interpretan la información sensorial para darle significado a su entorno. Según Gibson, (2022), la percepción es un proceso activo en el que los individuos seleccionan,

organizan y dan sentido a la información que reciben, lo que puede influir en cómo los empresarios perciben la transformación digital y su percepción en la competitividad.

La teoría de la innovación de Rogers (2021) puede ser relevante, ya que explora cómo las nuevas ideas o tecnologías se adoptan en una población. Según esta teoría, la percepción de la innovación depende de su compatibilidad, complejidad, ventaja relativa, posibilidad de prueba y observabilidad, los empresarios pueden percibir la transformación digital como una innovación que podría mejorar su competitividad si consideran que es compatible con sus operaciones, fácil de entender y probar, y ofrece ventajas significativas.

La teoría de la difusión de la innovación basada en la obra de Everett Rogers (2023), sugiere que la adopción de una innovación sigue un proceso secuencial que incluye la fase de conocimiento, persuasión, decisión, implementación y confirmación, los empresarios pueden pasar por estas etapas al considerar la transformación digital y su influencia en la competitividad de Pitalito, Huila.

Estas teorías proporcionan un marco sólido para comprender cómo los empresarios del Municipio de Pitalito, Huila, perciben la transformación digital, su aplicación puede ayudar a identificar los factores que influyen en la adopción de la transformación digital y cómo esta puede contribuir a mejorar la competitividad empresarial en la región.

En este sentido, el hecho de comprender la percepción de los empresarios respecto a la transformación digital del Municipio de Pitalito, Huila, es crucial por varias razones, primero, esta comprensión permite identificar las barreras y facilitadores que los empresarios enfrentan al adoptar nuevas tecnologías y procesos digitales, al entender sus percepciones, es posible diseñar estrategias y políticas que promuevan una adopción más efectiva de la transformación digital, lo

que puede impulsar el desarrollo económico local y mejorar la competitividad de las empresas en el mercado.

Según Romero, et al. (2023), una de las teorías prominentes es la teoría de la atribución, la cual sugiere que las personas tienden a explicar el comportamiento propio y de los demás mediante la atribución de causas internas (características personales) o externas (factores situacionales), desde una perspectiva administrativa, esta teoría es fundamental para entender cómo los líderes y los empleados interpretan las acciones y los resultados dentro de la organización, por ejemplo, un gerente podría atribuir el bajo rendimiento de un equipo a la falta de habilidades individuales (atribución interna), en lugar de considerar factores externos como recursos limitados o problemas organizacionales.

Otra teoría relevante es la teoría de la Gestalt, que sostiene que los individuos tienden a percibir elementos como un todo integrado en lugar de partes individuales, esta idea puede aplicarse en la administración para fomentar la comprensión holística de los problemas organizacionales y para promover la sinergia entre diferentes departamentos o funciones dentro de una empresa.

Desde el punto de vista del desarrollo teórico, es esencial profundizar en una teoría base específica y explorar sus implicaciones para la gestión y la administración, por ejemplo, el enfoque de la teoría de la gestión contingente, desarrollada por autores como Fred Fiedler y Joan Woodward (2021), argumenta que no existe un estilo de liderazgo universalmente efectivo, sino que la efectividad depende de la situación específica y de cómo los líderes se adaptan a ella, este enfoque es crucial para los administradores, ya que sugiere que deben ser flexibles y capaces de ajustar sus estilos de liderazgo según las circunstancias y las necesidades cambiantes de la organización.

Además, comprender la percepción de los empresarios sobre la transformación digital ayuda a anticipar y abordar posibles resistencias al cambio dentro de las organizaciones, esto es crucial para facilitar una transición suave hacia modelos de negocio más digitalizados y eficientes (Ayala, et al 2023).

Asimismo, al considerar las percepciones de los empresarios, se pueden identificar áreas específicas en las que se requiere apoyo, ya sea en términos de capacitación, infraestructura tecnológica o acceso a financiamiento para la implementación de proyectos de transformación digital.

En conclusión, entender cómo los empresarios perciben la transformación digital es esencial para diseñar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento económico, fomenten la innovación y mejoren la competitividad del Municipio de Pitalito, Huila, el análisis de teorías sobre la percepción desde una perspectiva administrativa permite a los líderes comprender mejor cómo los individuos interpretan el entorno organizacional y cómo estas interpretaciones afectan el comportamiento y las decisiones dentro de la empresa, al profundizar en teorías específicas y desarrollar un entendimiento sólido de sus aplicaciones prácticas, los administradores pueden mejorar la comunicación, la toma de decisiones y el manejo de conflictos dentro de sus equipos y organizaciones en general.

6. Estado del arte

El análisis del estado del arte se centró en identificar investigaciones previas relacionadas con la percepción de los empresarios frente a la transformación digital, en contextos locales, regionales de Colombia y contexto internacional. Esta revisión permite establecer un panorama actualizado sobre cómo el empresario enfrenta, entiende e integra los procesos digitales en su dinámica organizacional.

La transformación digital se ha convertido en un factor esencial para que las PYMES mantengan su competitividad y sostenibilidad en el mercado actual. Según López-Céspedes & Naranjo-Gómez (2020), la adopción de tecnologías digitales en estas empresas es crucial para mejorar su eficiencia operativa, ampliar su alcance de mercado y responder ágilmente a las demandas cambiantes de los consumidores. En su revisión los autores identificaron que países como Estados Unidos, Alemania y China lideran en la adopción tecnológica dentro del sector de las PYMES. Estos países han implementado políticas públicas y programas de apoyo que facilitan la integración de tecnologías digitales en las pequeñas y medianas empresas. Entre los factores más relevantes en el proceso de adopción tecnológica, se destacan:

La formación continua del personal, lo cual es fundamental para que los empleados puedan manejar eficazmente las nuevas herramientas tecnológicas. La infraestructura tecnológica adecuada, ya que contar con equipos y sistemas actualizados es esencial para soportar las soluciones digitales implementadas. La cultura organizacional disponible al cambio, que se refiere a fomentar una mentalidad proactiva y flexible para facilitar la transición hacia modelos de negocio digitalizados. Por último, se resalta la necesidad de recursos económicos, por lo que el acceso a financiamiento es un factor importante.

López-García, E., Jaramillo-García, J., & Macea-Guzmán, A., (2023) se enfocaron en analizar cómo las PYMES comerciales de la ciudad de Medellín están enfrentando el proceso de transformación digital como una alternativa para mejorar su gestión empresarial y aumentar su competitividad. Los autores identificaron que, si bien existe una conciencia creciente entre los empresarios sobre la necesidad de digitalizar sus procesos, la implementación de herramientas digitales aún es parcial y, en muchos casos, superficial. La mayoría de las empresas utilizan tecnologías básicas, como redes sociales, correo electrónico o sistemas contables digitales, pero carecen de una estrategia digital integral que abarque todas las áreas del negocio.

Uno de los hallazgos más importantes del estudio es que las principales barreras para avanzar en la transformación digital son de tipo estructural y cultural. Desde el punto de vista estructural, las PYMES enfrentan limitaciones económicas para invertir en tecnologías avanzadas, así como en capacitación del personal. A nivel cultural, se evidencian actitudes de resistencia al cambio, falta de liderazgo digital y desconocimiento de los beneficios a largo plazo de la digitalización. El estudio también subraya que la transformación digital no debe entenderse solamente como la adquisición de tecnología, sino como un proceso más amplio que involucra la redefinición de procesos organizacionales, el empoderamiento del talento humano y la implementación de una visión estratégica innovadora. En este sentido, se resalta la necesidad de desarrollar competencias digitales en todos los niveles de la organización, desde la gerencia hasta los operarios.

Además, se hace énfasis en que, aunque el ecosistema empresarial de Medellín cuenta con iniciativas institucionales que promueven la digitalización (como programas de la alcaldía o alianzas con universidades y centros de desarrollo empresarial), aún se requiere mayor articulación entre los actores públicos y privados para garantizar un acompañamiento efectivo a

las empresas que desean avanzar en su madurez digital. Como propuesta de mejora, los autores sugieren la creación de planes de formación continua adaptados a las realidades de las PYMES, el acceso a herramientas tecnológicas de bajo costo o gratuitas, y la promoción de una cultura organizacional orientada al cambio, la innovación y la mejora continua.

Por su parte, Bojorge-Tróchez, E., (2022) en su estudio abordó el papel que juegan las políticas de apoyo regional en el fortalecimiento de la innovación y la transformación digital de las micro, pequeñas y medianas empresas del Departamento del Cauca. Este estudio parte de la premisa de que, en un entorno globalizado y competitivo, la capacidad exportadora de las empresas depende cada vez más de su nivel de digitalización y de su disposición para innovar.

Bojorge-Tróchez, E., (2022), identificó que, a pesar del creciente interés por digitalizar procesos y mejorar la competitividad, muchas MIPYMES caucanas enfrentan limitaciones estructurales y contextuales, tales como la escasa infraestructura tecnológica, la limitada conectividad digital en zonas rurales y suburbanas, y la baja formación en competencias digitales. Estas debilidades se ven agravadas por la falta de articulación entre los actores del ecosistema empresarial (sector público, privado y académico).

No obstante, el estudio también destaca oportunidades claves que pueden ser aprovechadas a través de políticas públicas bien orientadas. Entre ellas, se encuentran la implementación de programas de formación técnica y digital, el acceso a financiamiento especializado para la innovación, y la promoción de redes de cooperación y transferencia de conocimiento entre instituciones de educación superior y empresas locales. Así mismo, se enfatiza la necesidad de diseñar políticas de innovación territorial que respondan a las características económicas, sociales y culturales del Cauca.

De acuerdo con Mintic (2021), el departamento del Putumayo es una muestra clara de cómo las políticas públicas pueden incidir de manera positiva en la modernización empresarial y, a la vez, en la percepción que los empresarios tienen frente a la digitalización. Durante la visita a Mocoa, el viceministro de Transformación Digital del Ministerio TIC, Germán Rueda, en el año 2021 reportó que 115 empresas del Putumayo culminaron exitosamente su proceso de transformación digital, gracias al acompañamiento del Centro de Transformación Digital Empresarial (CTDE) operado por la Cámara de Comercio del departamento. Esta cifra posicionó en este periodo al Putumayo como el departamento con la tasa más alta de empresarios que finalizan el proceso de digitalización, lo cual sugiere una transformación profunda no solo tecnológica sino también cultural, en términos de la percepción de los empresarios hacia el uso estratégico de las TIC.

La iniciativa del CTDE, junto con programas como “Quiero Mi Tienda Virtual” y “Quiero Vender en Línea” integrados en la estrategia nacional Vende Digital, buscaron cerrar brechas tecnológicas, fortalecer la competitividad regional y apoyar la reactivación económica después de la pandemia. Casos como el de Nature Fit Market y La Ruta del Chocolate reflejan cómo estas herramientas digitales han cambiado la forma en que los emprendedores gestionan sus negocios, desde la facturación hasta la presencia en línea, generando una nueva percepción sobre las oportunidades que ofrece el entorno digital.

Además, la implementación del modelo de madurez para la transformación y el uso estratégico de las TIC, junto con la asesoría directa a más de 270 empresas en la región, evidencia que cuando existen estructuras de apoyo efectivas y políticas públicas coherentes, las MIPYMES no solo adoptan la tecnología, sino que también comienzan a verla como un factor indispensable de competitividad y crecimiento.

En este sentido, el Putumayo representa un caso de éxito en términos de apropiación tecnológica, en donde la percepción de la transformación digital ha evolucionado de ser un desafío a convertirse en una oportunidad tangible. Esta percepción positiva está mediada por el acceso a herramientas, asesoría y formación continua, lo cual demuestra que la transformación digital no depende únicamente de la tecnología, sino del cambio de mentalidad dentro del ecosistema empresarial.

En el municipio de Pitalito, Huila, la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las PYMES del sector comercio y servicios ha sido objeto de estudio para identificar barreras, oportunidades y estrategias viables de digitalización. El trabajo realizado por Echeverri-Rey, D., & Torres-Torres, K., (2018) se enfocó en el diseño de un plan estratégico para facilitar la adopción de estas tecnologías, partiendo del reconocimiento de las condiciones reales del entorno empresarial laboyano.

El estudio destaca que muchas pequeñas y medianas empresas aún se encuentran rezagadas en cuanto al uso de TIC, debido principalmente a limitaciones presupuestales, falta de conocimientos técnicos y escasa planeación estratégica. Sin embargo, los autores resaltan que existe una percepción favorable hacia la digitalización, particularmente en lo que respecta a su capacidad para mejorar la productividad, agilizar procesos administrativos y ampliar el alcance comercial a través del uso de redes sociales y plataformas de venta digital.

Una de las principales conclusiones del trabajo es que la incorporación efectiva de TIC en las PYMES locales requiere no solo inversión tecnológica, sino también procesos estructurados de sensibilización, formación y acompañamiento estratégico. De igual manera, se señala que el entorno institucional, las alianzas con entidades educativas y la disponibilidad de herramientas

digitales adaptadas a las necesidades del contexto regional pueden facilitar la transición hacia modelos de negocio más competitivos.

Este estudio contribuye al estado del conocimiento sobre la transformación digital desde una mirada territorial y sectorial, al poner de relieve cómo la percepción empresarial, si es apoyada con estrategias claras y planes de acción realistas, puede transformarse en un motor de modernización. Asimismo, el trabajo evidencia la importancia de políticas públicas y programas locales orientados al fortalecimiento de un entorno empresarial digital en regiones como Pitalito.

7. Marco conceptual

Percepción: Es el proceso mediante el cual los empresarios interpretan y comprenden la información relacionada con la transformación digital en sus contextos empresariales. La percepción puede variar según la experiencia previa, los conocimientos tecnológicos y las expectativas individuales de cada empresario.

Transformación Digital: Se refiere al proceso integral de integración de tecnologías digitales en todos los aspectos de una empresa para mejorar la eficiencia operativa, la competitividad, y la experiencia del cliente. Incluye la adopción de herramientas como el cloud computing, el big data, la inteligencia artificial, entre otros. }

Innovación Digital: Es la aplicación creativa de tecnologías digitales para crear nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio dentro de una empresa. Los empresarios deben percibir la innovación digital como una oportunidad para diferenciarse en el mercado y responder ágilmente a las demandas cambiantes de los consumidores.

Resistencia al Cambio: Es la tendencia de algunos empresarios a mantener prácticas empresariales tradicionales y resistirse a adoptar nuevas tecnologías digitales debido a la incertidumbre, el temor al fracaso o la falta de comprensión sobre los beneficios potenciales. Superar la resistencia al cambio es crucial para la efectiva implementación de la transformación digital.

Competitividad Digital: Se refiere a la capacidad de una empresa para utilizar eficazmente las tecnologías digitales para mejorar su posición en el mercado, optimizar procesos internos y ofrecer productos o servicios diferenciados que satisfagan las expectativas de los clientes digitales.

Liderazgo Digital: Implica la capacidad de los líderes empresariales para guiar y fomentar la transformación digital dentro de la organización, estableciendo una visión clara, asignando recursos adecuados y promoviendo una cultura empresarial que valore la innovación y la adaptabilidad tecnológica.

Cultura Organizacional Digital: Es el conjunto de valores, creencias y normas compartidas dentro de una empresa que favorecen la adopción y el uso efectivo de tecnologías digitales. Una cultura organizacional digital positiva promueve la colaboración, la experimentación y el aprendizaje continuo en torno a nuevas tecnologías.

Estrategia Digital: Son los planes y acciones diseñados para alinear los objetivos empresariales con las oportunidades y desafíos presentados por la transformación digital. Una estrategia digital efectiva incluye la identificación de necesidades tecnológicas, la asignación de recursos y la evaluación constante de los resultados para garantizar la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo.

Adopción Tecnológica: Es el proceso mediante el cual los empresarios implementan y utilizan activamente nuevas tecnologías digitales en sus operaciones diarias. La adopción tecnológica exitosa requiere no solo de la inversión en infraestructura y herramientas adecuadas, sino también de la capacitación y el apoyo continuo a los empleados para maximizar los beneficios de estas tecnologías.

Percepción desde el ámbito Social y Ético de la Transformación Digital: Se refiere a las implicaciones sociales y éticas de la adopción masiva de tecnologías digitales dentro de las empresas. Los empresarios deben considerar cómo la transformación digital afecta a los empleados, clientes y la sociedad en general, abordando temas como la privacidad de los datos, la inclusión digital y la responsabilidad social corporativa.

Percepción Selectiva: La percepción selectiva se refiere al fenómeno psicológico donde los individuos tienden a prestar atención y dar más importancia a ciertos estímulos o información, mientras ignoran otros. En el contexto de la transformación digital, los empresarios pueden mostrar percepción selectiva al enfocarse en ciertos aspectos de la tecnología digital que se alinean con sus creencias previas o intereses comerciales, ignorando posibles beneficios o desafíos que podrían no ser evidentes de inmediato.

Percepción de Riesgo: La percepción de riesgo se refiere a cómo los individuos evalúan la probabilidad y las consecuencias negativas de una acción o decisión, en el ámbito de la transformación digital, los empresarios pueden percibir ciertos aspectos de la digitalización, como la seguridad cibernética o la inversión en nuevas tecnologías, como riesgos significativos que podrían afectar la estabilidad financiera o la reputación de la empresa. Esta percepción puede influir en la velocidad y la profundidad con la que adoptan cambios digitales.

Percepción de Oportunidad: La percepción de oportunidad se refiere a la capacidad de los individuos para identificar y capitalizar oportunidades emergentes en su entorno, en el contexto de la transformación digital, los empresarios con una alta percepción de oportunidad pueden ser más propensos a adoptar nuevas tecnologías como una forma de mejorar la eficiencia, ampliar mercados o desarrollar nuevos productos y servicios, esta percepción positiva puede estar influenciada por la capacidad de adaptación y la visión estratégica del empresario.

Percepción del Valor: La percepción del valor se relaciona con cómo los individuos evalúan los beneficios y costos de una acción o decisión en relación con sus expectativas y objetivos, en el contexto de la transformación digital, los empresarios evalúan si la inversión en tecnologías digitales proporciona un valor suficiente en términos de retorno de la inversión, mejora en la productividad, ventaja competitiva o mejor experiencia del cliente, esta percepción

del valor puede variar significativamente según la industria, el tamaño de la empresa y la madurez digital de la organización.

Comercio electrónico (e-commerce): Es la forma de vender productos sin que haya una infraestructura, administrativos y vendedores solo aplicativos de pago y portafolio de servicios que generan confianza y credibilidad de la empresa ahorrando tiempo. El e-commerce ya es parte de una estrategia de compra de productos por los consumidores que navegan en la red, facilitándoles de esta forma el beneficio de tiempo y de lugar al ahorrar el tiempo a trasladarse a las instalaciones de empresas dentro de una localidad y fuera de ella (Gómez et al., 2018 p 331).

Lo anterior infiere que los medios digitales posibilitan el acercamiento administrativo de productos y servicios de la organización contribuyendo a una eficiencia y eficacia de la entidad.

8. Metodología

8.1. Tipo de Investigación

La presente propuesta de investigación es mixta, que de acuerdo con (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2008), citado de (Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. 2018), el enfoque mixto es la mezcla de los enfoques cualitativo y cuantitativo, que permite recolectar y analizar datos cualitativos y cuantitativos para describir y discutir su información de manera conjunta, permitiendo hacer deducciones de la información encontrada. De tal manera que permite analizar datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólico, para entender de manera más completa problema estudiado. (Obez, M., et al., 2018).

Por su parte al ser cualitativo permite “explorar y describir individualidades, para posteriormente generar teoría”, (Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. 2018, p. 9). Además, este enfoque permite recolectar “información sobre las percepciones, emociones, prioridades, vivencias, significados y cualidades de los participantes. Este tipo de información son datos no estandarizados que consisten en narrativas (escritas, verbales, visuales) entre otras” que permiten generar significados, revelan experiencias, puntos de vista y cualidades. (Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. 2018, p. 9)

Al ser cuantitativo ayuda a estudiar el fenómeno a intervenir y estimar las magnitudes u ocurrencias de los fenómenos y probar o refutar la hipótesis formulada a partir del marco teórico. El tipo de datos que permite recolectar es de tipo numérico y son representados de forma estandarizada y distribuida con el uso de tablas, figuras y diagramas. Este enfoque se caracteriza por “evitar en lo posible que los sentimientos, creencias, deseos y tendencias afecten los resultados del estudio”. (Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. 2018, p. 7).

8.2.Enfoque

Por las características y requerimientos para el desarrollo del presente trabajo, se enmarca en un estudio de tipo descriptivo, ya que su objetivo primordial es la descripción de situaciones, conductas y aspectos relacionados con el comportamiento de las variables e indicadores que caracterizan, la percepción de la transformación digital en las empresas que representan o que son de su propiedad. Para Hernández, Fernández y Baptista (2017), recoger y analizar los datos cuantitativos, le da una connotación que va más allá de un conjunto de datos organizados para realizar un análisis y obtener resultados, los datos obtenidos generan una realidad específica a la que están sujetos los empresarios del municipio de Pitalito.

8.3.Población y Muestra

La muestra es el subconjunto de elementos pertenecientes a la población, por lo tanto, aplicando la fórmula estadística para población finita, que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2017), es la siguiente:

En donde:

$$n = \frac{k^2 qpN}{e^2(N-1) + k^2 pq}$$

N = población

La n = tamaño de la muestra (53 empresarios)

K = nivel de confianza (90%)

Qp= probabilidad de ocurrencia o no ocurrencia (0.50)

La e= margen de error (10%)

8.4.Cálculo del tamaño de una muestra

Error

10,0%

Tamaño población	252
Nivel de confianza	90%

Tamaño de la Muestra = 53

Fuente: cálculo muestral

8.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Las técnicas de recolección de información incluyen el análisis de contenido y la observación participante. Desde ideas de Bernal (2010), el análisis de contenidos guarda relación con cada una de las variables descritas en el marco teórico: transformación digital, percepción de los empresarios, conocimientos y prácticas; mientras que la observación participante describe de forma directa lo observado en el escenario o lugar de trabajo, para tal fin se hace uso de la matriz de operacionalización de variables, que describe el comportamiento.

8.6. Análisis de la Información

Para el análisis de la información recolectada, se recurrió a la aplicación del cuestionario, que según Torres y Salazar (2014), representan un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación, y para este caso de estudio es la percepción de los empresarios de Pitalito, sobre transformación digital, por lo que se constituye en un instrumento fundamental para la recolección y análisis de los datos; por lo tanto, para cada una de las variables, se plantearán interrogantes, los cuales se constituyen en preguntas del cuestionario, y deben realizarse en un lenguaje claro, entendible y de fácil comprensión, con palabras que no generen predisposición en los encuestados.

Una vez se obtuvieron los datos de forma cuantitativa, se organizan en tablas de excel y en la herramienta SPSS de IBM, se establecen los valores absolutos y relativos, con el fin de

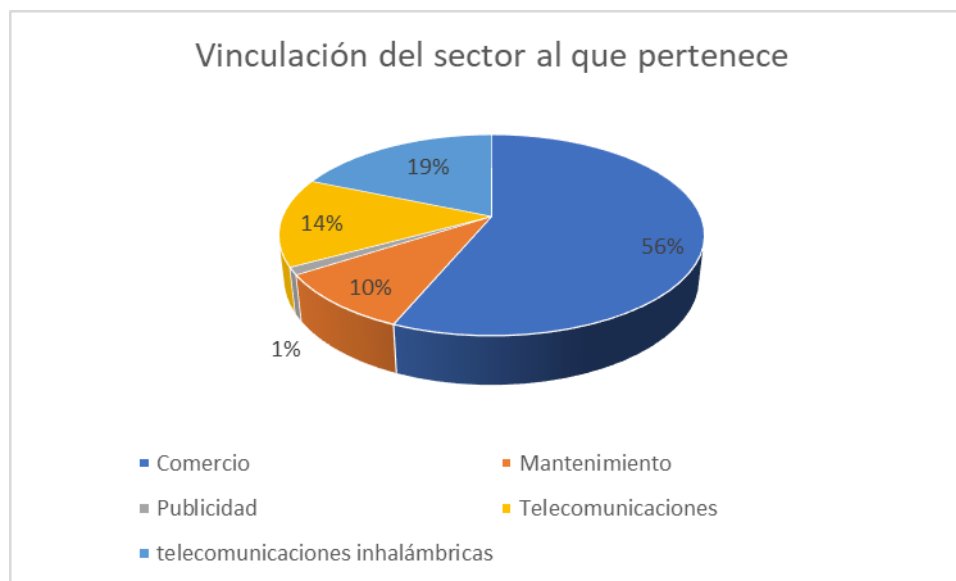
obtener los resultados para el respectivo análisis, los cuales se grafican a través de histogramas, tortas o diagramas de dispersión.

9. Resultados y discusión

Una vez se obtienen los resultados, se procede a la vinculación de los datos en el simulador SPSS Statistics de IBM, que en el conteo y clasificación de la población se obtuvo:

Gráfica 1.

Sector al que Pertenece



Nota. Datos Alcanzados de la Aplicación del Cuestionario. Julio (2024). Fuente:

Elaboración Propia

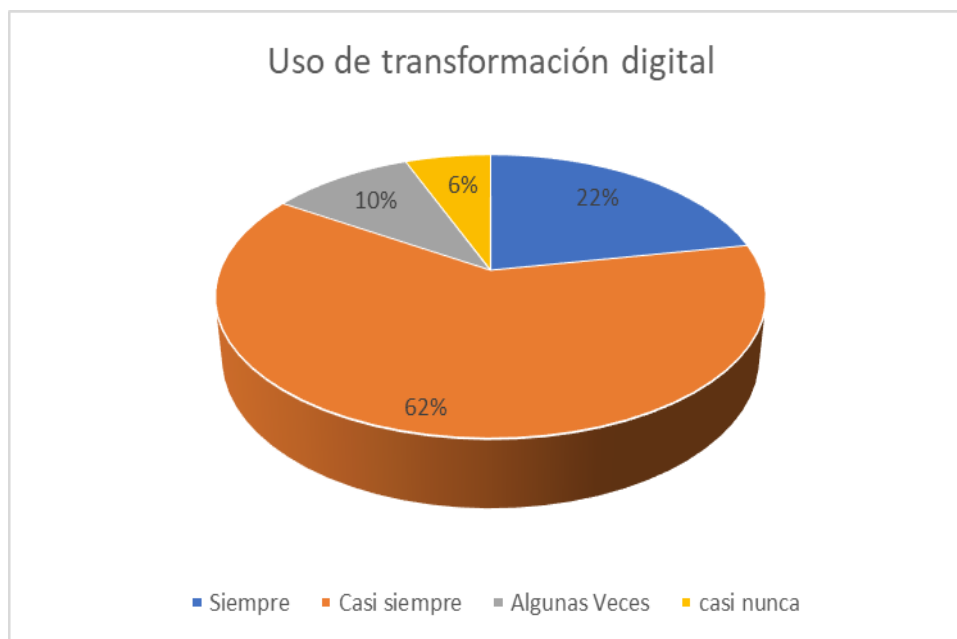
En la gráfica 1, el 56% de los empresarios encuestados contestó que se encuentran inscritos a la cámara de Comercio del Huila, bajo el objeto social de comercio de computadores y equipos de tecnología, mientras que el 19% confirma el desarrollo de actividades dedicadas al comercio de telecomunicaciones inalámbricas, precisamente, por el desarrollo y crecimiento empresarial que ha alcanzado el municipio de Pitalito, en los últimos años.

En este contexto, el 14% de los encuestados, responde que pertenecen al sector de las telecomunicaciones, por la demanda de los servicios en tecnología; un 10% se dedica a

actividades de mantenimiento, no solo en equipos de telecomunicaciones, también en desarrollo de actividades de comercio, así como prestación de servicios.

Gráfica 2

Estrategias de Transformación Digital



Nota. Datos Alcanzados de la Aplicación del Cuestionario. Julio (2024). Fuente:

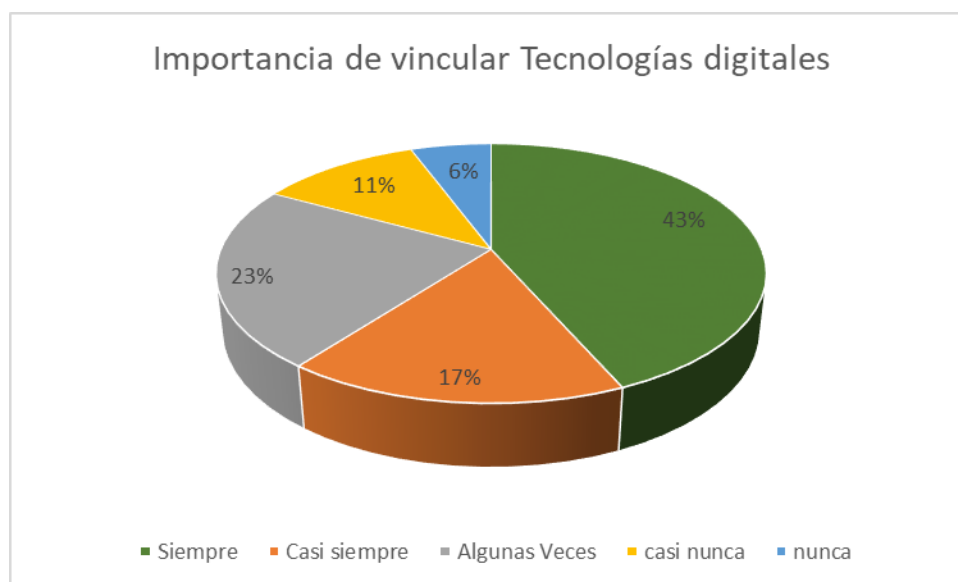
Elaboración Propia

De acuerdo con los interrogantes sobre transformación digital para las empresas del municipio de Pitalito, se evidenció que entre las estrategias de crecimiento se encuentra la vinculación de tecnologías digitales, por lo que a la pregunta sobre el uso de estas acciones, el 62% contestó que casi siempre lo hacen, para mantener actualizados procesos de operatividad al interior de sus estructuras, seguidos del 22% de los encuestados que contestaron siempre se ha visto como factor incidencia, precisamente, por el apoyo que se brinda al desarrollo de las organizaciones como bien lo afirma Vial (2019), estableciendo procesos de alteración de los comportamientos y expectativas para los usuarios de los servicios o de los productos.

De esta manera, se pudo observar que el menor porcentaje de respuesta, es decir el 6% que afirman casi nunca utilizar tecnología, es porque se encuentran en una franja de analfabetismo digital, pero que, con un programa educativo o de formación, se puede mejorar y vincular todo el grupo de empresarios del municipio de Pitalito, en el departamento del Huila.

Gráfica 3

Considera usted necesaria la vinculación de la Tecnología Digitales



Nota. Datos Alcanzados de la Aplicación del Cuestionario. Julio (2024). Fuente:

Elaboración Propia

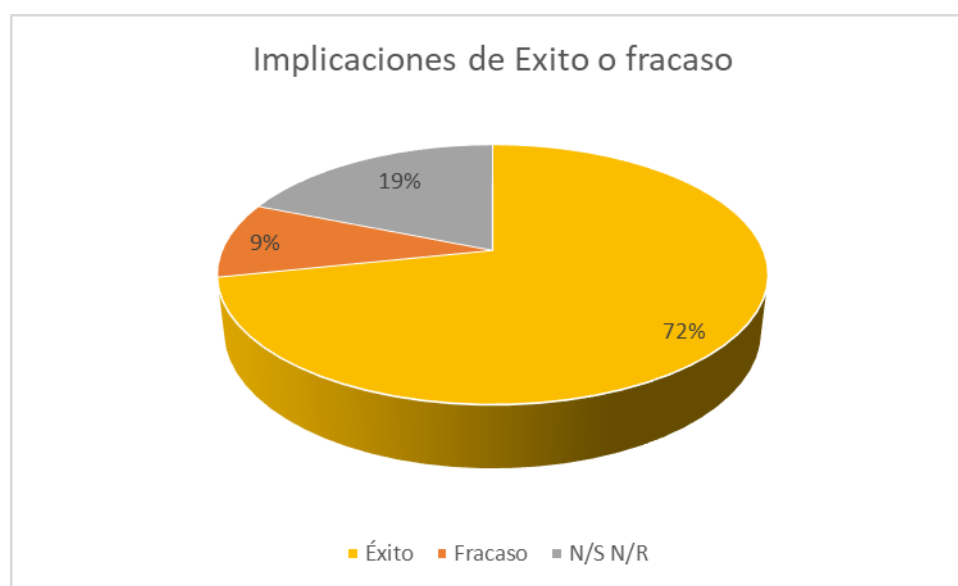
En la gráfica 3, se evidenció que los empresarios del municipio de Pitalito consideran necesaria la vinculación de las tecnologías digitales con el 43% como respuesta a que siempre lo resultan necesario, ya que las tecnologías digitales permiten automatizar procesos, reducir tiempos de ejecución y optimizar recursos en prácticamente todos los sectores, seguidos del 23% de los encuestados que contestaron algunas veces, esto debido a que infiere en contexto o recursos limitados, un 17% considera que casi siempre se es necesario porque aporta a la mejora de la eficiencia y productividad de las empresas y un 11% de los encuestados respondió que casi

nunca es necesario, y depende a el tipo de actividad y de las circunstancias como la simplicidad del trabajo.

De esta manera, se pudo observar que el menor porcentaje de respuesta, es decir el 6% que afirman no ser necesaria la vinculación de la tecnología digital, es debido a que algunas personas pueden ser reacias a adoptar nuevas tecnologías, prefiriendo los métodos que ya conocen.

Gráfica 4

Cree Usted que la Transformación Digital Determina el Éxito o Fracaso Empresarial



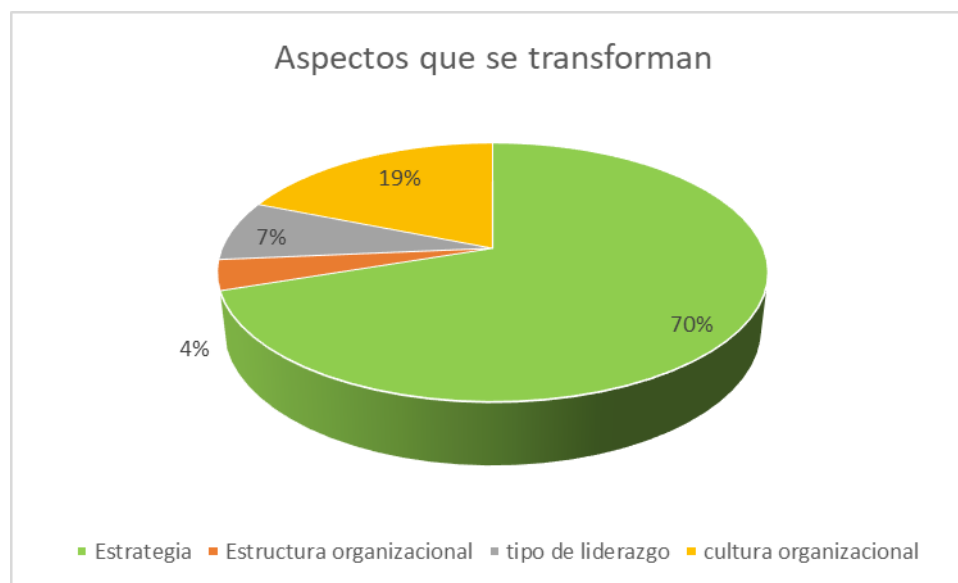
Nota. Datos Alcanzados de la Aplicación del Cuestionario. Julio (2024). Fuente:

Elaboración Propia

En la gráfica 4, el 72% de los encuestados considera que la Transformación Digital determina el éxito empresarial, ya que permite a las empresas reinventar su forma de operar y relacionarse con los clientes en la era digital. En contraste, un 9% lo percibe como un factor que puede llevar al fracaso empresarial, debido a que, cuando no se planifica o ejecuta correctamente, puede generar más problemas que beneficios. Por último, el 19% restante no sabe o no responde.

Gráfica 5

Conceptos Generan Nuevos Caminos en la Creación de Valor con la Transformación Digital de su Empresa



Nota. Datos Alcanzados de la Aplicación del Cuestionario. Julio (2024). Fuente:

Elaboración Propia

En respuesta a las preguntas sobre los factores que generan nuevos caminos en la creación de valor a través de la Transformación Digital, se encontró que el 70% de los encuestados considera que la estrategia es el elemento clave. Una estrategia digital bien definida permite a las empresas identificar oportunidades de innovación, optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente.

El 19% destacó la cultura organizacional, resaltando su importancia en la creación de un entorno que fomente la innovación, la colaboración y la adaptación al cambio. Por su parte, un 7% mencionó el tipo de liderazgo, subrayando que un liderazgo digital eficaz inspira y motiva a los equipos para adoptar nuevas tecnologías y apoyar el aprendizaje continuo. Finalmente, un 4%

se refirió a la estructura organizacional, destacando su papel en ayudar a las empresas a adaptarse más rápidamente a las nuevas demandas del mercado.

Una vez se obtuvo los resultados de la encuesta, se procedió al desarrollo de la matriz DOFA, con el fin de establecer los factores que inciden en la percepción de los empresarios de diversos sectores de Pitalito, que, en materia de transformación digital, vienen avanzando en procesos, para la búsqueda del éxito.

Entre los principales factores que perciben los empresarios de Pitalito, Huila a la hora de realizar procesos de transformación digital, se centran en:

- Seguridad informática: riesgo digital – identidad digital
- Economía: diversidad productiva
- Responsabilidad social
- Dinámica empresarial y de negocios

MATRIZ DOFA SECTORES COMERCIAL E INDUSTRIAL MUNICIPIO DE PITALITO	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	1. Economía próspera y de alto favorecimiento económico	1. Desconocimiento de técnicas para la oferta de productos y servicios.
	2. Posicionamiento de instituciones educativas a nivel superior (Universidades)	2. Deficiencia en la infraestructura vial de las regiones.
	3, Riqueza arqueológica y artesanal distribuida en toda su extensión poblacional	3. Ausencia de logística y aspectos del sector hotelero para visitantes
	4. Amplios espacios y escenarios para la puesta en marcha de negocios de diversos sectores	4. Escasa promoción y publicidad que promocióne los diferentes sectores
	5. Diversidad de medios de transporte a cómodos precios para acceder a los diversos sitios.	5, Gastronomía sencilla con ausencia de cartas o menú que oferten
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
1. Plan de competitividad y sectorial del sector turistico	(1,3) Oferta de servicios en ferias de negocios nacionales, internacionales y locales	(1,3) Aprovechar las vitrinas turísticas para mostrar la riqueza natural
2. Reconocimiento de calidad por la Cámara de Comercio H.	(1,5) Presentación de brochour y portafolio de productos y servicios para Pitalito	(3,4) capacitar en el plan estratégico y Política Pública Nal de turismo

3. Vitrinas comerciales y muestras turísticas de ANATO	(5,1) Diseñar programas relacionados con tecnología y negocios	(4,5) Desarrollar rutas con programación de avistamiento y deporte extremo
4. Plan estratégico y diseño de política pública empresarial	(4,1) Desarrollar programación de eventos acordes a la tecnología	(5,2) Aprovechar el sello de calidad para atraer turismo internacional
5, Innovación tecnológica para ofrecimiento de servicios	(2,5) Capacitación del personal de la región en procesos de guianza y turismo rural	(3,3) Contratar personal idóneo y profesional para formación de personas
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
1. Historial de la población en materia de seguridad digital	(2,1) Capacitar a la población en tecnología digital para los negocios de la región.	(1,4) Desarrollo de planes y programas con técnicas de oferta tecnológica
2. Altas zonas de riesgo por estafas (digitales) en nombre de negocios con presencia en la zona.	(1,4) Establecer planes y programas de fortalecimiento tecnológico y digital	(4,3) Diseñar estrategias de publicidad y promoción de actividades rurales con vinculación tecnológica (industria cafetera, panelera y artesanal)
3. Presencia de grupos al margen de la ley (Guerrilla)	(2,5) Capacitar al personal de la región en aspectos de empresas y tecnología	(5,4) Diseñar planes financieros a través de un simulador financiero fácil manejo, capacitando a todo el personal
4, Deficientes planes y programas de capacitación tecnológica y digital	(4,2) Desarrollar programación de visitas con trazado tecnológico para	(2,2) Establecer planes y programas de tecnología digital, útil para los empresarios y sus empleados

establecer los cambios dentro de las
empresas de cada uno de los sectores.

5, Altos costos Vs rudimentarios servicios en tecnología.	(2,5) Capacitación personal en tecnologías básicas para emprendimiento	(1,4) Capacitar a la población en administración de unidades de negocio
--	--	---

Nota.

10. Conclusiones

Los sectores de la economía regional son altamente incidentes en la dinámica productiva, así como en el nivel de competitividad regional, por tal razón y a partir de los procesos de transformación tecnológica, cada una de las regiones le viene apostando a estar mejor posicionados, siendo Pitalito, uno de los municipios más prósperos del sur del departamento, contando con presencia de universidades a nivel nacional y regional, así como con asistencia de empresas a nivel nacional, que utilizan sus espacios en el mundo del mercadeo tanto físico como digital.

Por esta razón, y desde el contexto empresarial, el presente estudio de transformación digital, destaca factores de amplia importancia para el posicionamiento de las imágenes corporativas, que en producción y prestación de servicios, son la clave para el reconocimiento en el mercado; de ahí que las plataformas digitales, forman parte fundamental, aunque existe cierto factor de riesgo por parte de los pequeños y medianos empresarios, los cuales deben transformarse en el ciberespacio, para alcanzar un mejoramiento y sostenimiento en el mundo empresarial.

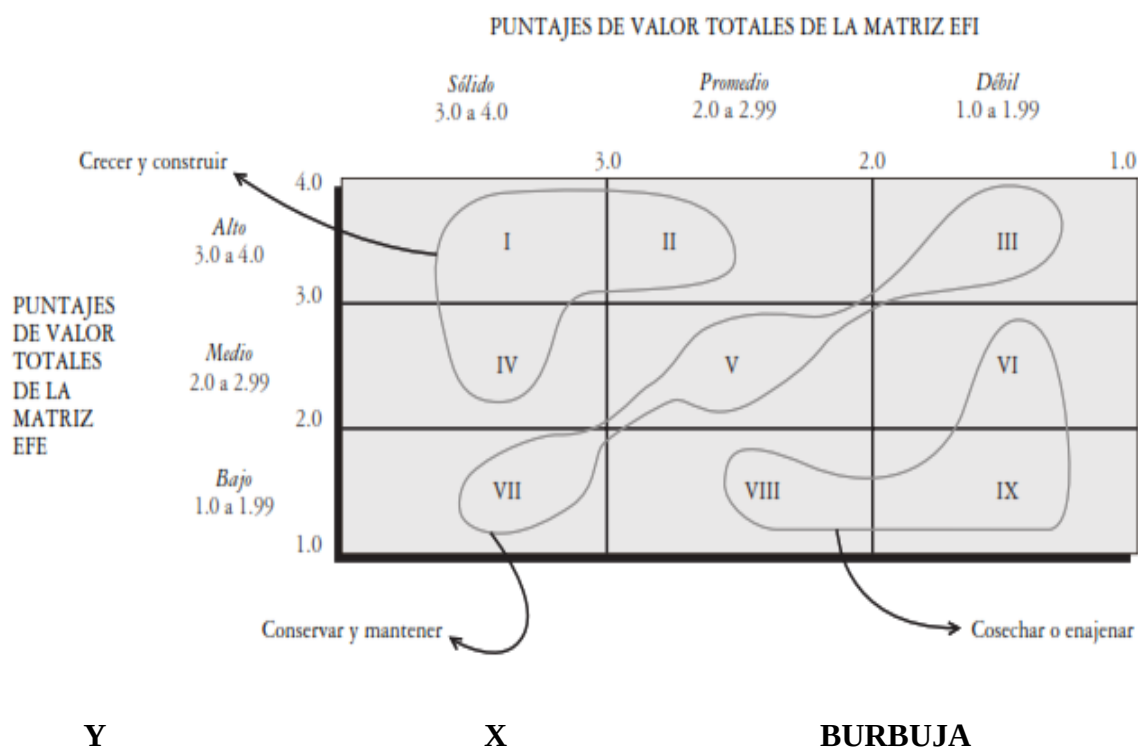
De esta manera, el primer objetivo de estudio se logró a través del diseño de la matriz DOFA, que analiza en su contexto interno (debilidades y fortalezas) y externo (amenazas y oportunidades), los factores que inciden en el proceso de digitalización y así poder ubicarse en un cuadrante comercial, que permiten visionarse en escenarios económicos a futuros.

A partir de estos factores, el grado de percepción que tienen los empresarios del municipio de Pitalito en el departamento del Huila es alto, por las expectativas que se evidencian en la matriz interna y externa que se muestra a continuación, en la gráfica 6.

Gráfica 6.

Matriz interna y externa del sector comercial de Pitalito, Huila.

La Matriz Interna y Externa (IE)



MEFI	MEFE	
2,37	3,5	2,9

De acuerdo con los resultados alcanzados en el análisis de la matriz MEFI y MEFE, se puede evaluar que el sector comercial de Pitalito, se encuentra ubicada en el cuadrante medio (IV) alto, de posibilidades favorables dado que los factores externos son de tipo tecnológico y como tal contribuyen al jalonamiento de las empresas que construyan o formen legalmente en la zona sur, área geográfica de alta incidencia del proyecto, en donde los grupos delincuenciales vienen utilizando plataformas para estafar o hacer daño a los propietarios, de esta manera, es importante un proceso de transformación digital para que sigan siendo capacitados para fortalecer y contrarrestar organizacionalmente las unidades productivas, por lo tanto, se puede

observar que pese a contar con aspectos internos débiles, las empresas son altamente diversas en materia productiva y de prestación de servicios, para lo cual la tecnología fortalece el objeto social de las mismas.

Ahora bien, en lo relacionado con el nivel de conocimiento y práctica actual de los empresarios sobre temas de transformación digital, aún falta por comprender y hacer más sólida la base tecnológica, con el fin de alcanzar procesos de amplia utilidad.

11. Recomendaciones

Las sugerencias respecto al tema tratado en este proyecto de investigación están relacionadas con el desarrollo de un plan de acción, que concrete acciones relacionadas con educación, promoción, marketing digital, de tal manera que se logren los resultados propuestos a mediano y largo plazo, fortaleciendo de esta forma las bases educativas y ampliando la forma de posicionar los productos y servicios en otros escenarios.

12. Referencias

Ayala, et al (2023). Definición y conceptos básicos de contabilidad.

http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema8/F50_8.1_CONCEPTOS_BASICOS.pdf

Bojorge Tróchez, J. E. (2022). Políticas de apoyo regional al desarrollo de la innovación y la transformación digital, para potenciar la capacidad exportadora de las MIPYMES del Departamento del Cauca [Trabajo de grado, Universidad del Cauca]. Universidad del Cauca, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Departamento de Economía.

<http://repositorio.unicauca.edu.co:8080/bitstream/handle/123456789/10241/Pol%C3%ADticas%20de%20apoyo%20regional%20al%20desarrollo%20de%20la%20innovaci%C3%B3n%20y%20la%20transformaci%C3%B3n%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Blanco, F., Castro, J., Gayoso, R & Santana, W. (2020). *Las claves de la cuarta revolución industrial* (Vol. I). Ecoe ediciones.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3ra ed). Editorial Pearson.

Cámara de Comercio del Huila [CCH]. (2024). *Estimación del Potencial de Comerciantes*.

<https://www.cchuila.org/wp-content/uploads/Estimacion-del-Potencial-de-Comerciantes-CCH-2023-FINAL.pdf>

La transformación digital de las empresas está cambiando nuestro estilo de vida. (2017).

Economipedia. <https://economipedia.com/actual/la-transformacion-digital-las-empresas-esta-cambiando-estilo-vida.html>

La alfabetización, avances y cierre de brechas. (2021). Colombia Aprende.

<https://www.colombiaaprende.edu.co/agenda/actualidad/la-alfabetizacion-avances-y-cierre-de-brechas-digitales>

CEPAL. (2020). *Perspectivas económicas de América Latina 2020: Transformación digital para una mejor reconstrucción*. Editorial CAF.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1787/f2fdced2-es>

Claro, M. (2010). *Impacto de las TIC en los aprendizajes de los estudiantes. Estado del arte*.

CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/3781>

Echeverri-Rey, D., & Torres-Torres, K., (2018). Diseño de un Plan Estratégico para la incorporación de las Tic en Pymes del sector comercio y servicios en el municipio de Pitalito Huila.

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/20720/1083870488.pdf?sequence=1>

Fernández, S., & Beltrán, L. (2020). *La internacionalización empresarial como mecanismo resiliente para las empresas colombianas*. USC Editorial.

https://www.researchgate.net/profile/Gabriel-Alberto-Ortiz-Rincon/publication/354094547_La_internacionalizacion_empresarial_como_mecanismo_resiliente_para_las_empresas_colombianas/links/61ae3f6cb3c26a1e5d8b83cc/La-internacionalizacion-empresarial-como-mecanismo-resiliente-para-las-empresas-colombianas.pdf#page=17

Galindo, O.A. (2020). Editorial. Transformación digital: una agenda de oportunidades para la investigación y la práctica. *Revista Perspectiva Empresarial*, 7(2), 3-6.

Gómez, G., Quijano, S., & Dolores, A. (2018). Manejo inadecuado de estrategias de marketing

- digital y comercio electrónico como consecuencia del desconocimiento de su implementación en las MIPYMES de Escárcega, Campeche. *Revista Daena: International Journal of Good Conscience*, 13(2), 330–351.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.uniminuto.edu/?il=6443>
- Hernández, J. (2024). *Neiva, Pitalito y Garzón, lideran el escalafón de competitividad del Huila en el 2023*. Cámara de Comercio del Huila. <https://www.cchuila.org/neiva-pitalito-y-garzon-lideran-el-escalafon-de-competitividad-2023-en-el-huila/>
- Hernández, C., Fernández, R., & Baptista, M. (2017). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Huidoro, J. (2018). *Redes y servicios de telecomunicaciones*. Ediciones Paraninfo S.A. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=m58VnOVcApsC&oi=fnd&pg=PA1&dq=telecomunicaciones+a+lo+largo+del+tiempo&ots=USDG_dz7WG&sig=SASKa2BxUI0eUosDCA0AlPRXy-w
- López-Céspedes, D., & Naranjo-Gómez, S. (2020). Transformación digital en las PYMES, una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos años (2002-2020) [Trabajo de grado, Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia]. Repositorio Institucional TdeA. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/1559>
- López-García, M., Jaramillo-García, K., & Macea-Guzmán, A. (2023). La transformación digital como alternativa a la gestión empresarial y competitividad en las Pymes comerciales de la ciudad de Medellín [Trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios].

Repositorio Institucional UNIMINUTO.

<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/17771>

Mintic (2021). Putumayo tiene la tasa más alta de empresarios que terminan el proceso de transformación digital”, viceministro TIC, Germán Rueda.

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/162210:Putumayo-tiene-la-tasa-mas-alta-de-empresarios-que-terminan-el-proceso-de-transformacion-digital-viceministro-TIC-German-Rueda>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinTic]. (2023). Estatuto Tributario.

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/facilitacion-del-comercio-y-defensa-comercial/decretos/1967-1990/decreto-624-de-1989-2.aspx>

MinTIC. (2022). Marco legal <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Radiodifusion-Sonora/Marco-legal/>

Muñoz, et al. (2023) Plan de desarrollo municipal 2020 – 2023

https://alcaldiapitalito.gov.co/PlanesProgramas/PDM_PitalitoRegionQueVive.pdf

Molina, J., Villanueva, O., Nuñez, L., & Tafur, Y. (2021). Caracterización de Enfermedades Hepáticas en Pacientes Atendidos en las Sedes de Neiva, Florencia Y Tunja de una Empresa Prestadora de Salud en el Periodo 2015-2019. En J.H. López. (Ed).

Comunicación de la Ciencia en la Era Digital (pp. 8 – 17). Comunicación de la ciencia en la era digital. [https://www.researchgate.net/profile/Ingris-Hernandez-](https://www.researchgate.net/profile/Ingris-Hernandez-2/publication/353193077_MEJORAMIENTO_DE_LA_TASA_DE_PRENEZ_MEDIANTE_LA_INSEMINACION_ARTIFICIAL_A_TIEMPO_FIJO_EN_VACAS_DOBLE_P)

[2/publication/353193077_MEJORAMIENTO_DE_LA_TASA_DE_PRENEZ_MEDIANTE_LA_INSEMINACION_ARTIFICIAL_A_TIEMPO_FIJO_EN_VACAS_DOBLE_P](https://www.researchgate.net/profile/Ingris-Hernandez-2/publication/353193077_MEJORAMIENTO_DE_LA_TASA_DE_PRENEZ_MEDIANTE_LA_INSEMINACION_ARTIFICIAL_A_TIEMPO_FIJO_EN_VACAS_DOBLE_P)
[ROPOSITO/links/60ec5e2116f9f313007a63d4/MEJORAMIENTO-DE-LA-TASA-DE-](https://www.researchgate.net/profile/Ingris-Hernandez-2/publication/353193077_MEJORAMIENTO_DE_LA_TASA_DE_PRENEZ_MEDIANTE_LA_INSEMINACION_ARTIFICIAL_A_TIEMPO_FIJO_EN_VACAS_DOBLE_P)

[PRENEZ-MEDIANTE-LA-INSEMINACION-ARTIFICIAL-A-TIEMPO-FIJO-EN-VACAS-DOBLE-PROPOSITO.pdf#page=9](#)

- Puello, J., Elias, A., Gambina, J., Rojas, L., Morales, J., Gabriel, F., Jiménez, C., Molinier, L., Roffinelli, G., López, A., Canese, R., Días, M., Castiglioni, L., Rodriguez, E., & Benitez, E. (2015). *Primer y Nuevo Liberalismo. Neoliberalismo en América Latina, Crisis, Tendencias y Alternativas* (1ra ed). CLACSO.
- <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20151203044203/Neoliberalismo.pdf>
- Rojas, L. (2022). Solo el 51.5% de los huilenses tiene acceso a internet. Diario del Huila.
- <https://diariodelhuila.com/solo-el-51-5-de-los-huilenses-tiene-acceso-a-internet/>
- Romero, et al. (2023). Comunicación y Poder. Alianza. Centro de Doctrina del Ejército.
- Tarin, M. (2012). *The Smart City Journal*. www.thesmartcityjournal.com
- Tabares, J., Correa, S., & Herrera, J. (2020). Metamorfosis organizacionales del cambio tecnológico: integración de sistemas informáticos en una organización de salud colombiana. *Innovar*, 37(79), 103-116.
- Universidad Surcolombiana [USCO]. (2024). *Quienes Somos*.
- <https://contenidos.usco.edu.co/economia-y-administracion/index.php/institucional/quienes-somos>
- Universidad Nacional de Colombia [UNAL]. (2013). *El telégrafo modificó la sociedad colombiana del siglo XIX*. Agencia UNAL.
- <https://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/el-telegrafo-modifico-la-sociedadcolombiana-del-siglo-xix.html>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of strategic Information Systems*. P.118

Valdés, L., & Pérez, G. (2020). Transformación digital en la logística de América Latina y el Caribe. *Cepal*, 1–18. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46018-transformacion-digital-la-logistica-america-latina-caribe%0Ahttps://repositorio.cepal.org/handle/11362/46018>

13. Anexos

Anexo A. Recursos administrativos del proyecto

Presupuesto

Recursos

Concepto	Unidad	Precio U.	Cantidad	Personal	Total
Honorarios	1	\$ 8.000	35.000	4	\$1.120.000
Conectividad	2 meses	\$ 35.000	2	1	\$ 70.000
Transporte	16 días	\$ 6.000 Día	16	4	\$ 384.000
Fotocopias	480	\$ 100	480	1	\$ 48.000
Esferos	30	\$ 700	4	120	\$ 84.000
Refrigerios	30	\$ 3.000	120	120	\$ 360.000
TOTAL					\$ 2.066.000

Nota. Presupuesto del Proyecto. (2024). Fuente Elaboración Propia.

Anexo B. Cronograma de actividades

#	Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1	Descubrimiento tema del Proyecto												
2	Revisión Bibliografía												
3	Planteamiento del problema, justificación												
4	Pregunta de investigación alcance y limitación, objetivos revisión con el tutor.												
5	Marcos referencial, teóricos, conceptual, histórico y legal.												
6	Metodología de la investigación, técnicas instrumentos, población, tabulación resultados												

Nota. Cronograma del Proyecto. (2024). Fuente Elaboración Propia.

**FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

Fecha: 26 de mayo de 2025

Hora: 2:00 pm

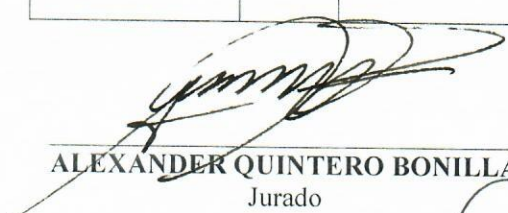
Medio: Sustentación virtual <https://meet.google.com/hqq-zxne-00a>

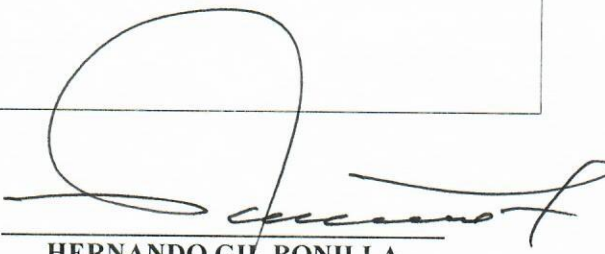
Nombre:	"ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS EN TORNO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL MUNICIPIO DE PITALITO-HUILA" DIRECTOR: CAROLINA RIVERA VARGAS.
----------------	--

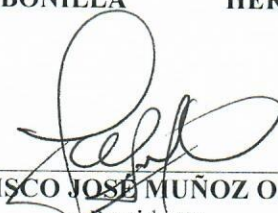
Estudiante:	Edna Milceth Malambo Peña. Código: 20162152231.
--------------------	---

Jurados	Alexander Quintero Bonilla.
	Hernando Gil Bonilla.

Concepto Jurados:		Observaciones: Sustentación del trabajo de grado es satisfactoria.
Aprobado	X	
Reprobado		


ALEXANDER QUINTERO BONILLA
Jurado


HERNANDO GIL BONILLA
Jurado


FRANCISCO JOSÉ MUÑOZ ORDOÑEZ
Presidente

Neiva, 26 de mayo de 2025

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CERTIFICADO DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO MODALIDAD DE GRADO**

El suscrito Jefe de Programa de Administración de Empresas

INFORMA QUE:

El proyecto de grado denominado “ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS EN TORNO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL MUNICIPIO DE PITALITO-HUILA” presentando por la estudiante **EDNA MILCETH MALAMBO PEÑA**. Código: 20162152231, ha sido evaluado y aprobado por los jurados el día 26 de mayo del 2025 con un concepto de **APROBADO**.

Se expide como soporte del cumplimiento de la modalidad de grado.


FRANCISCO JOSÉ MUÑOZ ORDOÑEZ
Jefe De Programa De Administración De Empresas.