Tendencias y retos de la Transformación Digital en los modelos de negocio empresarial: una revisión de literatura, 2019-2023.

Leidy Milena Roa Castro, Mary Luz Briceño Briceño, Angie Paola Montañez Aldana

Administración de Empresas, Fundación Universitaria Compensar

Proyecto fin de grado para Facultad de Administración de Empresas

Victor Hugo Piñeros Baez

14 de noviembre de 2023

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen

La investigación se centra en la transformación digital y sus efectos en los modelos de negocio empresarial en Colombia el problema a abordar es la necesidad de las empresas de adaptarse a un entorno empresarial en constante evolución, donde la tecnología digital es una fuerza motriz, el principal objetivo de la investigación es analizar las tendencias y retos que enfrentan los modelos de negocio empresarial en este contexto, particularmente en el ámbito del comercio electrónico.

Los beneficiarios directos de esta investigación son las empresas y organizaciones en Colombia que buscan comprender y enfrentar los desafíos de la transformación digital, además, la comunidad académica y los profesionales interesados en obtener información actualizada sobre las tendencias y retos en la transformación digital.

La investigación se basa en un enfoque cualitativo utilizando el método Prisma para llevar a cabo una revisión sistemática de la literatura académica y gubernamental se han identificado hallazgos clave, como la relevancia del modelo de negocio en la era digital y el crecimiento del comercio electrónico en Colombia, también la investigación subraya la necesidad de que las empresas se adapten a la transformación digital y destaca la importancia de la colaboración, la innovación y la estrategia tecnológica para prosperar en este nuevo entorno empresarial en constante evolución, el enfoque principal de la investigación es identificar las tendencias y retos que enfrentan los modelos de negocio empresarial en Colombia en el contexto de la transformación digital, brindando información valiosa a empresas y profesionales que buscan mantener su competitividad y éxito.

Palabras clave: Tendencias, Retos, Transformación digital, Modelo de negocio, Empresarial.

Abstract

The research focuses on digital transformation and its effects on business models in Colombia. The problem to be addressed is the need for companies to adapt to an ever-evolving business environment where digital technology is a driving force. The main objective of the research is to analyze the trends and challenges faced by business models in this context, particularly in the field of e-commerce.

The direct beneficiaries of this research are companies and organizations in Colombia seeking to understand and address the challenges of digital transformation. Additionally, it serves the academic community and professionals interested in obtaining updated information on digital transformation trends and challenges.

The research is based on a qualitative approach, using the Prisma method to conduct a systematic review of academic and governmental literature. Key findings have been identified, such as the relevance of the business model in the digital age and the growth of e-commerce in Colombia. The research also emphasizes the need for companies to adapt to digital transformation and highlights the importance of collaboration, innovation, and technological strategy to thrive in this ever-evolving business environment. The primary focus of the research is to identify the trends and challenges faced by business models in Colombia within the context of digital transformation, providing valuable information to companies and professionals seeking to maintain their competitiveness and success.

Keywords: Trends, Challenges, Digital transformation, Business model, Corporate.

Tabla de Contenido

Introducción 7

Justificación 9

Objetivos de investigación 13

Marco de referencia 14

Negocios Digitales 14

El comercio electrónico (ecommerce) en Colombia 15

Modelos de Gestión Empresarial más Importantes en Colombia 16

Método 19

Tipo de Investigación 19

Variable 19

Método de Investigación 19

Caracterización de la Población 21

Técnicas para la Recolección y Registro de la Información 21

Resultados 23

Modelos de Negocio Empresarial 26

Tendencias Digitales Empresariales 27

Retos Digitales Empresariales 28

Transformación digital 29

Discusión 32

Conclusiones 35

Referencias 36

Tabla 1. Gobierno de Colombia (2021) Actores en el ecosistema de comercio electrónico.

https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-propertyvalue-377737.html 16

Ilustración 1 Elaboración propia 21

Ilustración 2. Elaboración Propia 22

Ilustración 3 Elaboración propia 24

Ilustración 4 Elaboración Propia 25

Ilustración 5 Elaboración propia 25

Ilustración 6 Elaboración propia 32

Introducción

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han transformado radicalmente las formas de vida. Desde el año 2000, se ha sido testigos de una creciente interconexión que ha permitido la virtualidad en su máxima expresión, posibilitando estudiar y trabajar desde cualquier rincón del planeta.

Este fenómeno, ha influido en diversos sectores, y la administración empresarial no es una excepción, de esta manera, la transformación digital representa un proceso esencial de ajuste y aprovechamiento de las tecnologías digitales que forman parte integral de la vida cotidiana de las personas. Por ende, esto impulsa a organizaciones y empresas a adoptar enfoques innovadores para atender las necesidades y deseos de sus clientes mediante productos y servicios vanguardistas, a fin de mantenerse competitivas en el mercado actual (Medina, P. Chango, M. Corella, M y Guizado, D. 2021).

De la misma manera, es importante resaltar que en el competitivo escenario empresarial actual, la tecnología desempeña un papel de inmensa importancia en la búsqueda de un mayor posicionamiento de marca, la optimización de canales de comercialización y la diversificación de las vías de comunicación con clientes y consumidores, así como con todos los elementos clave en la cadena de valor. La transformación digital representa un desafío que involucra a todos los participantes en el mundo de los negocios, y se manifiesta de manera especialmente destacada en el contexto de lo que hoy se denomina la Industria 4.0, esto ya que, en esta era, las nuevas tecnologías se erigen como pilares fundamentales para mejorar tanto los procesos como los productos ofrecidos en el mercado. Se hace evidente que la gestión de sistemas y datos adquiere un valor estratégico insustituible en la administración de la información y, en última instancia, en la toma de decisiones tanto operativas como estratégicas (Barrios, A. Niebles, D y Niebles, A. 2021).

Por lo tanto, se ha mencionado que desde el año 2000 el mundo ha vivido una trasformación cada vez más rápida frente al avance de las TIC´S, actualmente se puede estudiar y trabajar desde cualquier lugar, esto es posible gracias a la interconexión, que permite establecer la virtualidad. A medida, que ha venido posicionándose la virtualidad como un campo y una posibilidad, distintas áreas se han venido adaptando y han logrado establecer múltiples ventajas a raíz de lo digital.

En este contexto, la administración empresarial se encuentra en una encrucijada, impulsada por la evolución tecnológica y la globalización de los negocios. El ritmo del desarrollo económico se ha acelerado, obligando a los gestores a innovar en sus prácticas para alcanzar los objetivos empresariales (Saint Leo University, 2022). Algunos negocios han surgido y se han fortalecido en el entorno digital, ofreciendo productos y servicios mediados por las TIC, lo que se incrementó durante la pandemia de COVID-19 en

2020, cuando la virtualidad se convirtió en una alternativa crucial desde todos los ámbitos, principalmente incursionando en el laboral y educativo.

Por tanto, el mundo de la administración empresarial no es una excepción, actualmente "gracias a la evolución de la tecnología y la globalización en los negocios, el ritmo del desarrollo económico se incrementa, empujando a los gestores a innovar en las formas de trabajar y lograr los objetivos empresariales" (Saint Leo University, 2022, P. 2). Algunos tipos de negocios han surgido en medio de la virtualidad, por tanto, la prestación de productos y servicios mediados por las TICS son parte de la trasformación de algunos negocios hoy.

En la actualidad el mundo empresarial, se caracteriza por la expansión del comercio electrónico, la adopción creciente de tecnologías digitales y cambios sustanciales en las formas de consumir productos y servicios (Naciones Unidas, 2021). Estos cambios han impactado la administración empresarial y ha dado lugar a tendencias específicas. Sin embargo, la dispersión informativa en torno a estos nuevos modelos de administración empresarial, especialmente en el contexto de negocios digitales, sigue siendo un desafío.

En algunas circunstancias, esta forma de negocio ha permitido afrontar dificultades humanas, como fue en el caso de la pandemia del COVID 19 vivida durante el año 2020; que generó un reto ante las limitantes de contacto humano, donde la virtualidad fue una alternativa tanto en el campo laboral, educativo, etc. Al respecto, es fundamental, destacar que la vida actual se caracteriza por una amplia expansión del comercio electrónico, la creciente adopción de tecnologías digitales y el cambio en las formas de comprar o adquirir productos y servicios (Naciones Unidas, 2021).

De esta forma, se generan diversos fenómenos en el campo, por una parte, aparecen negocios híbridos que son tanto virtuales como presenciales, por otra parte, algunas empresas se adaptan a la virtualidad y aprovechan sus beneficios, mientras que los nuevos negocios tienen una tendencia clara a vincular elementos de la virtualidad en sus procesos y por último, aquellos negocios que no logran adaptarse tienden a verse estancados en su crecimiento empresarial o a desaparecer. Este fenómeno aún es relativamente nuevo, y se ha visto potenciado como se ha mencionado previamente por la pandemia (Naciones Unidas, 2021).

En este sentido, la literatura pone en evidencia que existe una dispersión informativa al respecto, previamente los modelos que se conocen en el área de la administración son múltiples (administración científica o escuela tradicional, teoría clásica de la administración o proceso administrativo, teoría de la burocracia, entre otras) (Torres, 2014). Sin embargo, frente a las nuevas tendencias se presentan múltiples

propuestas frente a los modelos de negocios empresariales digitales, por tanto, más que modelos claros, se presentan plataformas y programas que permiten y responden a las nuevas necesidades digitales, donde la literatura muestra una serie de características y estrategias empresariales para implementar en distintas áreas de las empresas.

Específicamente, en el sector de comercio electrónico se ha experimentado un crecimiento significativo en Colombia en los últimos años. Por tanto, las dinámicas y las tendencias que se están implementando en las empresas dedicadas a esta área, son un insumo importante para comprender los modelos de negocio administrativo que se vienen adoptando hoy en Colombia. La realidad plasmada tanto por la práctica empresarial, como por la literatura permite preguntarse ¿Qué factores están impulsando la transformación digital? ¿Cuál ha sido el impacto de adoptar tecnologías digitales en los negocios respecto a su eficiencia, productividad y rentabilidad? ¿Qué nuevos modelos de negocio están emergiendo como resultado de la transformación digital? ¿Cuáles son los desafíos y oportunidades para las empresas colombianas?

Bajo este panorama previo se determina la siguiente pregunta problema: ¿Cuáles son las tendencias y retos que tienen los modelos de negocio empresarial frente a la trasformación digital en Colombia?

Justificación

Se ha establecido que actualmente la era digital forma parte de la administración empresarial, por tanto, existe un diálogo interdisciplinar entre los aportes de las Tecnologías de la información y los modelos de negocios empresariales. Aun así, muchos emprendimientos y negocios, se enfrentan a las adaptaciones y cambios por medio de cierta improvisación, implementando acciones aisladas frente a las aplicaciones y los modelos que se ejecutan en el mercado laboral digital y los procesos de gestión empresarial de los negocios virtuales (Naciones Unidas, 2021).

Del mismo modo, los modelos de negocio empresarial que se adoptan en las actividades económicas de tipo virtual no son tan fáciles de identificar como era el caso de los nichos presenciales. Es indudable, que el mercado laboral busca aprovechar las tecnologías digitales, además, aquellas empresas que no lo logran o no lo intentan, se ven afectadas negativamente dado que disminuyen su capacidad de crecer o incluso pueden desaparecer, al enfrentarse a un mercado altamente competitivo (Da silva y Nuñéz, 2021). Entonces, es claro que por una parte aún se están consolidando, definiendo y caracterizando tanto de forma empírica como investigativa, las estrategias y las formas de flexibilización empresarial, que permitan adaptarse a las nuevas dinámicas.

La trascendencia de adoptar medios digitales en el entorno empresarial actual se basa en sólidos argumentos. En primer lugar, se destaca la urgencia de reducir la dependencia de los recursos humanos, lo que convierte la digitalización de procesos en una prioridad esencial, más que una mera opción. Esto implica la incorporación de herramientas como la automatización robótica de procesos (RPA), soluciones colaborativas y la automatización del Internet de las cosas, entre otras tecnologías afines

La segunda razón radica en la búsqueda de nuevos modelos comerciales, especialmente el auge de las empresas en línea que han experimentado un crecimiento constante en sus ingresos, particularmente durante los periodos de confinamiento. Esto contrasta con las empresas de comercio tradicional que se han visto gravemente afectadas debido a limitaciones en sus cadenas de suministro, derivadas de restricciones en la implementación de tecnologías, la disponibilidad de personal y procesos obsoletos, de esta manera es importante destacar que la pandemia del COVID-19 ha marcado un cambio significativo en la percepción de esta transformación.

La tercera razón se centra en el cambio de comportamiento del consumidor, el cual ha experimentado una transformación profunda como resultado de las medidas de confinamiento, como la preferencia por no asistir a restaurantes, el uso generalizado de ropa informal, la lectura de información en línea, el teletrabajo y la reducción de actividades públicas, estos cambios han obligado a las empresas a utilizar tecnologías digitales para comprender y retener a sus clientes actuales y atraer a nuevos (Barrios, A. Niebles, D y Niebles, A. 2021).

Parte del proceso de crecimiento empresarial es reconocer que existen necesidades emergentes, a las que las empresas deben tener capacidad para adaptarse, estas surgen tanto de los usuarios como de las dinámicas empresariales y económicas, e incluso sociales y ambientales, donde actualmente prima la búsqueda de sostenibilidad, protección social y fortalecimiento, de las empresas a nivel individual y del mercado laboral digital en general.

De esta manera los beneficios de la digitalización son abundantes, incluso en sus niveles más básicos, estos incluyen la reducción del consumo de papel, la automatización de tareas rutinarias, la disminución de costos operativos y un mayor compromiso del talento humano en tareas de mayor valor. Es por ello por lo que resulta comprensible por qué compañías de diversos sectores y dimensiones están decididas a integrar la digitalización de manera más amplia en todas sus operaciones, así, cuando estas organizaciones incorporan soluciones de software equipadas con tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA), el análisis de datos avanzado y la automatización mediante procesos robóticos, logran agilizar sus operaciones y extraer un mayor valor estratégico de sus iniciativas (Normadat. 2023).

Por ello, al igual que se habla de la resistencia al cambio, también es frecuente encontrar negocios que no están dispuestos a remodelar su empresa a estos niveles, sin embargo, el primer paso para abordar una transformación digital exitosa es estar abiertos al cambio más absoluto.

Una vez analizado el negocio, la situación del mercado, del cliente y la competencia, hay empresas que descubren que ofrecer un servicio gratuito es una buena manera de captar leads para luego ofrecer otros servicios (Yeeply, 2022). Así uno de los aspectos más destacados en la transformación digital dentro del entorno empresarial es su impacto positivo en la productividad, tiene que ver con su capacidad para automatizar tareas y procesos repetitivos, lo que resulta en una mayor eficacia en el desempeño de los empleados. En consecuencia, al optimizar las operaciones internas de la empresa, se logra una mejora en toda la cadena de valor, se incrementa el rendimiento del equipo de trabajo y se obtiene una producción más elevada en un período de tiempo más corto (Baena, 2022).

De esta manera, dentro de la era digital, los datos se convierten en pilares esenciales para la toma de decisiones, la planificación financiera y la formulación de políticas empresariales, organiza departamentos como contabilidad y compras adquieren un rol estratégico al convertirse en centros de datos y generadores de valor, así pues, la digitalización de los procesos de negocio se vuelve crucial para garantizar la satisfacción del cliente a través de experiencias excepcionales ya que en el mercado digital actual, no cumplir con las expectativas de los clientes en las interacciones digitales puede perjudicar seriamente la competitividad de una empresa (Gonzales, M. 2021).

Ahora bien, la transformación digital presenta una significativa ventana de oportunidad para los emprendedores emergentes, y la posesión de habilidades digitales representa una característica fundamental de un empresario que se adapta a las demandas del mercado actual. Aunque existen numerosas posibilidades en el mercado, es esencial contar con una formación que permita adquirir las competencias y destrezas necesarias para la concepción y desarrollo de un proyecto propio.

Dado que las nuevas tecnologías avanzan a un ritmo vertiginoso, tener una visión amplia y a futuro del mercado se convierte en un elemento vital para la implementación exitosa de nuevos emprendimientos. Entre los pilares que sustentan el éxito de un proyecto empresarial se encuentran las capacidades de liderazgo y un sólido dominio de habilidades analíticas, dado que la eficacia de una idea empresarial se refleja a través de la interpretación de datos (Impacto de la transformación digital en las empresas, 2022)

Además, la captación, organización y análisis avanzado de datos, junto con la automatización de procesos, proporcionan modelos detallados que generan información accionable, esta información puede

impulsar el desarrollo de nuevos productos, mejorar el servicio al cliente, optimizar cadenas de suministro y fortalecer el negocio en su conjunto.

Por tanto, condensar y organizar los modelos de negocio empresarial que actualmente se implementan en los negocios virtuales, es fundamental desde diversas perspectivas. Permite determinar la evolución que la administración empresarial viene presentando actualmente alrededor de lo digital; así es posible, documentar y reflexionar frente a las tendencias, desafíos y oportunidades que tienen los negocios virtuales; más enfocados en el desarrollo inclusivo y sostenible desde el concepto de ciudades inteligentes que viene desarrollando Las Naciones Unidas (2021), así se establece el uso de las nuevas tecnologías digitales para mejorar las operaciones y los servicios de la ciudad, mientras a su vez esto impacta la calidad de vida y contribuye al cuidado del medio ambiente.

De acuerdo con este panorama, es posible afirmar que la administración empresarial ha generado nuevos modelos de negocio que responden a las necesidades de las nuevas empresas y a los nuevos estilos de vida que poseen una tendencia dinámica y que están mediados por las TICs, donde se presenta tanto, la adaptación de algunas de las características de los modelos ya existentes, pero también, se ha mezclado esos modelos de forma hibrida y se ha innovado en la emergencia de nuevas posibilidades. Aunque no es tan clara la tendencia, por medio de la presente investigación se espera determinar estas características y proponer una categorización frente a la administración empresarial digital.

Por ello, es esencial, entender, analizar y consolidar las más importantes que se han venido implementando en nuestro país, por lo menos con la intención de esbozar y generar una guía de apoyo que puede permitir orientar futuros procesos administrativos y la emergencia de nuevas empresas, basadas en modelos administrativos acordes con sus necesidades empresariales. De manera, que la investigación actúa en varias vías, por una parte, es un análisis documental que permite ampliar la información y el contenido académico frente al tema, mientras contribuye a la generación de un insumo claro y conciso que pueda ser consultado por diversas empresas principalmente empresas emergentes, que deseen partir de una comprensión investigativa y académica, para establecer procesos y procedimientos acordes con sus necesidades y, por último, es un aporte a la construcción específica de las tendencias en gestión administrativa de nuestro país.

A su vez, esto puede aportar a fortalecer la innovación tecnológica, la gestión ágil, y la sostenibilidad empresarial, necesaria para establecer factores fundamentales que permitan el crecimiento y la consolidación de las empresas virtuales emergentes.

Objetivos de investigación

Como objetivo general se plantea analizar las tendencias y los retos de la trasformación digital en los modelos de negocio empresarial en Colombia, estableciendo las prácticas, estrategias y características claves que contribuyen al crecimiento empresarial desde el comercio electrónico. Así mismo se definieron los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las tendencias actuales de los modelos negocio empresarial digitales dedicados al comercio electrónico en Colombia.
- Describir los modelos de negocios virtuales más relevantes en el comercio electrónico en Colombia.
- Definir las tendencias y los retos actuales de modelos de negocios virtuales que contribuyen más significativamente al crecimiento empresarial desde el comercio electrónico.

De manera, que esta investigación no solo aportará conocimiento valioso para empresarios, líderes y emprendedores, sino que también contribuirá al ámbito académico y disciplinario de la administración empresarial en la era digital. Para este fin la presente investigación se divide en tres grandes apartes en primer lugar, la introducción, que consiste en la primera parte investigativa donde se esboza el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos, en segundo lugar, el marco metodológico abordado desde el análisis documental y las fases a implementar en la investigación; y en tercer lugar, los resultados y conclusiones obtenidos.

Marco de referencia

Negocios Digitales

Por medio de las nuevas tendencias, emergen una cantidad de conceptos polisémicos asociados o vinculados con la virtualidad y la tecnología; dentro de este campo surge el concepto “negocios digitales” aunque algunas descripciones vinculan este concepto con el uso de herramientas y plataformas tecnológicas (Universidad ORT Uruguay, 2023), es necesario destacar, que los negocios virtuales van más allá de la utilización de herramientas tecnológicas.

Por tanto, los “negocios digitales son aquellas soluciones de negocios que se basan en el uso de la tecnología digital, tanto para desarrollar productos o servicios como para llevar a cabo operaciones y procesos comerciales” (Universidad ORT Uruguay, 2023, s.p.) esto quiere decir, que la tecnología no solamente es una herramienta que se implementa de forma aislada, sino que pasa a ser fundamental en todas las actividades empresariales, que buscan fortalecerse por medio de la tecnología digital.

De esta forma, tanto los procesos internos de la empresa, como los procedimientos e incluso hasta los productos o servicios que se ofrecen se realizan o por medio de elementos ofimáticos, a través del establecimiento de cambios tecnológicos e interacciones virtuales (Universidad ORT Uruguay, 2023) un ejemplo, claro es la educación virtual, que ofrece un servicio por medio de una plataforma virtual, generando dinámicas y procesos mediados por medio de las TIC.

Del mismo modo, se potencia todo el comercio de plataformas y herramientas tecnológicas que brindan servicios en línea, pero que, a su vez, funcionan como un negocio virtual y ofrecen un servicio virtual, ejemplos concretos son: la ciberseguridad o las plataformas virtuales como tal (Office 365, Academik, etc.). En concreto, ponen en venta los servicios de su plataforma, pero su funcionamiento empresarial, también es virtual.

Actualmente, otro concepto fundamental que se suele utilizar en este contexto es el **e-commerce**, este hace referencia al comercio electrónico; concretamente “consiste en la compra y la venta de bienes y servicios a través de plataformas digitales, como sitios web, aplicaciones móviles o redes sociales” (Universidad ORT Uruguay, 2023, s.p.). Actualmente, la mayoría de empresas con recorrido tienen modelos híbridos, donde conservan su forma presencial, pero le han potencializado por medio de estrategias tecnológicas y a su vez han creado canales digitales para realizar sus actividades (como por ejemplo los supermercados de cadena).

Lo anterior, permite esbozar que el comercio electrónico no tiene que ser completamente virtual, puede tener presencia física, es decir que en este caso, lo que se espera con el e-commerce es que se realice un proceso de compra y venta (independientemente si es de bienes o servicios) de forma virtual, esto es mediado por plataformas o a través de los sitios web; por tanto, el producto o servicio que se ofrece puede ser tangible o intangible, pero el medio por donde se realiza debe ser en línea, es decir, mediado por las TIC.

El comercio electrónico (ecommerce) en Colombia

En Google se obtienen 72.000.000 de resultados frente al ecommerce en Colombia, en general, el panorama es un buen pronóstico, el crecimiento de este modelo de negocio está en aumento y esta es una característica clara del mercado actual. Al respecto la Cámara Colombiana de Comercio electrónico establece que, tras la pandemia, se generó un gran acontecimiento que impacto positivamente el comercio electrónico; el confinamiento y las restricciones generadas debido l COVID 19, implicó la búsqueda de alternativas económicas, entre las cuales se destaca el comercio electrónico (2022).

Posterior a la pandemia, y tras levantar las restricciones, las empresas ya habían explorado el potencial de la virtualidad, por tanto, se logró identificar que a través del consumo digital se establece un canal nuevo que perite construir un entorno digital y un comercio digital que, aunque no es totalmente aceptado, si es un medio de comercialización bien recibido por los consumidores.

Por ello, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2022) concluye claramente que el eccomerce representa un motor de crecimiento económico para el país, que continúa creciendo progresivamente, que sus dinámicas son sostenibles en el tiempo, y que se ha abierto campo por medio de la confiabilidad, estableciendo una perspectiva positiva.

En Colombia, por medio del Ministerio TIC, se ha establecido que el comercio electrónico requiere para su funcionamiento de acceso a internet, uso de dispositivo(s) (pc, teléfono inteligente, etc.), un portal virtual de compras, formas flexibles de pago (pago electrónico, pago contraentrega, etc.), y operador logístico (quien entrega el producto final). De esta forma el consumidor puede acceder al portal de compras (página web, red social, etc.) seleccionar el producto, brindar información de pago y de recepción del producto, hacer efectivo el pago y la recepción del producto (Gobierno de Colombia, 2021).

Para que el comercio exterior sea posible en Colombia, se ha establecido una estructura básica de actores que responden a las diferentes actividades que debe realizar un negocio virtual, entre ellos el Gobierno de Colombia (2021; s.p.) propone los siguientes 4:

TABLA 1

Estructura básica de actores que responden a las diferentes actividades que debe realizar un negocio virtual

Actor	Actividades a realizar
Marketplaces **(Como ejemplos, entre otros, se tiene: MercadoLibre, Amazon, OLX, etc.)**	Es un mercado en Internet en el que la información sobre productos o servicios para comercio electrónico es proporcionada por múltiples empresas o comerciantes a través de un solo canal de venta.
Portales de compra	Cualquier empresa que ofrece sus productos o servicios para ser vendidos por Internet
Instituciones financieras, pasarelas de pago, redes procesadoras de pago y operadores postales de pago **(Como ejemplo, entre otros se tiene, a los bancos, PSE, Baloto o 4-72)**	Son los responsables de procesar los pagos que hacen los consumidores del comercio electrónico y hacer entrega del dinero a las tiendas virtuales.
Operadores postales, de transporte y logísticos	Son los responsables del transporte de los productos del comercio electrónico y su posterior entrega al consumidor final.

Tabla 1. Gobierno de Colombia (2021) Actores en el ecosistema de comercio electrónico. https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-propertyvalue-377737.html

La presente investigación, reconoce esta estructura y se delimita a la venta digital de productos comerciales; sin embargo, aunque es necesario establecer todo el panorama que compone el ecommerce en Colombia, para brindar contexto a la investigación. La presente investigación, se enfocará más en la identificación de características y modelos de gestión de la administración que actualmente representan este sector, desde una comprensión teórica. Por ello, es fundamental centrarse más que en el procedimiento, en la identificación de la actual caracterización donde se definen los tipos de comercio electrónico al menos desde la normatividad colombiana, sin embargo, se revisará otra literatura que permita comprender las formas más efectivas, divulgadas y mencionadas, que caracterizan este mercado hoy.

Modelos de Gestión Empresarial más Importantes en Colombia

El mundo empresarial, es un compilado de aprendizajes históricos, económicos, sociales e incluso culturales, que se vinculan con las dinámicas de la vida humana. En este sentido, es fundamental

comprender que una empresa es un complejo sistema en sí mismo, que requiere de diversos procesos y procedimientos para su adecuado funcionamiento. Es aquí donde la administración empresarial cobra gran relevancia. Dado que, uno de los puntos centrales para que una empresa sea competitiva es conocer y contemplar todo lo que implica la gestión empresarial.

Por ello, aquí se va a intentar caracterizar algunos modelos de gestión empresarial que caracterizan a las empresas en Colombia. Se entiende que:

Los modelos de gestión son una herramienta potenciadora para la concreción de las estrategias y el desarrollo de la mejora continua en las organizaciones que utilizan referenciales de calidad total, eficiencia y eficacia, conceptos de vital importancia en el entorno actual donde sólo sobreviven aquellos que son competitivos tanto interna como externamente. (Giraldo, 2018, p.3)

Es decir, que los modelos de gestión se adaptan a las dinámicas empresariales, pero también definen estrategias y herramientas para el sostenimiento, desarrollo y crecimiento de la empresa. En Colombia, para el año 2018, María Elena Giraldo Gómez, realizó una investigación donde fue posible establecer un análisis de los modelos de gestión empresarial implementadas por algunas empresas colombianas, este estudio se toma como base contextual, para establecer a groso modo, la propuesta de cuatro modelos implementados, estos surgen de las estrategias corporativas identificadas en la investigación previamente mencionada.

En primer lugar, La “Teoría de la Administración de las Relaciones Humanas” que toma como base la influencia de Mary Parker Follet, consiste en el establecimiento de relaciones interpersonales que promueven la participación activa y la coordinación organizacional; en este sentido, puede afirmarse que este modelo de trabajo establece el trabajo colaborativo, buenos canales de comunicación y la resolución de problemas de forma conjunta con el fin de generar una gestión efectiva y eficiente de las actividades en la organización. Este enfoque parte de que el desarrollo de buenas relaciones laborales, buenos canales de comunicación y el establecimiento de procesos participativos, favorece la toma de decisiones, mejora la coordinación y la eficacia del trabajo (Giraldo, 2018).

En segundo lugar, la teoría de “Administración por objetivos (APO)” es un modelo que se enfoca principalmente en el establecimiento de metas claras y específicas, aquí toman relevancia las medidas de desempeño y la obtención de logros. De esta forma, es posible vincular los esfuerzos individuales con los empresariales. Por tanto, este tipo de modelo permite el trabajo autónomo y la flexibilidad, además ejercita la autocorrección y el autocontrol, es necesario a su vez implementar una auditoría continua a los resultados y generar los ajustes necesarios (Giraldo, 2018).

En tercer lugar, el modelo de “Gestión de Recursos Humanos” se enfoca en el fortalecimiento de las relaciones laborales y el entorno de trabajo (Giraldo, 2018). Es decir, que las acciones en este caso se enfocan en el fortalecimiento de aspectos como contratación, capacitación y motivación, privilegiando el entorno laboral saludable, colaborativo y productivo. Esto establece compromiso y valor a los empleados. Por tanto, el capital humano constituye el éxito y la competitividad de la empresa.

En cuarto lugar, El modelo de “Gestión Empresarial Sostenible”, es un modelo integral, que busca relacionar diversas estrategias de gestión económicas, sociales y ambientales. De acuerdo con Giraldo, algunas empresas en Colombia se han adaptado a la creciente preocupación por el establecimiento de procesos de producción sostenibles. De manera que, la empresa busca un equilibrio entre el beneficio financiero corto plazo y el impacto socioambiental a largo plazo. Lo anterior, establece valores éticos y análisis contextuales que definen la rentabilidad y sostenibilidad empresarial a largo plazo (2018).

Los modelos y enfoques de gestión administrativos, que referencia la autora se mencionan como parte de la evolución de la gestión empresarial que se viene presentando en Colombia recientemente en empresas competitivas y su importancia en el contexto actual de mercados cambiantes y competitivos, aunque no se habla como tal de comercio electrónico la anterior investigación es un modelo teórico referencial, que permite comprender algunos enfoques administrativos del contexto a investigar.

Método

Tipo de Investigación

El tipo de investigación utilizada es de corte cualitativo, de igual forma, el tipo estudio se enfocó en llevar a cabo una revisión sistemática con el propósito de recopilar toda la evidencia empírica. Su principal objetivo es dar respuesta a una pregunta específica de investigación utilizando métodos sistemáticos y transparentes. “Una revisión sistemática que tiene como objetivo reunir toda la evidencia empírica que cumple unos criterios de elegibilidad previamente establecidos, con el fin de responder una pregunta específica de investigación” (Centro Cochrane Iberoamericano; 2012) Esto, a su vez, posibilita la obtención de resultados más confiables, a partir de los cuales se pueden deducir conclusiones y tomar decisiones. Además, en este estudio se aplican las directrices proporcionadas por el método Prisma, una guía diseñada para mejorar la calidad y la integridad de los informes de revisiones sistemáticas y metaanálisis. Prisma tuvo sus inicios en 1999 bajo el nombre de QUOROM (quality of reporting of meta-analyses) y fue posteriormente revisado y ampliado antes de ser publicado como PRISMA (Systematic reviews and Meta-Analyses) en 2009. Debido a su capacidad para elevar la calidad de los trabajos de investigación, estas pautas son ampliamente adoptadas por investigadores en todo el mundo, incluyendo el presente estudio.

Variable

Dentro del análisis de los documentos, se considerarán aspectos relacionados con la digitalización de modelos empresariales y la transformación digital en el contexto empresarial. El enfoque metodológico utilizado será el de la revisión sistemática y bibliográfica. Los documentos objeto de estudio serán de fuentes nacionales y estarán limitados a un rango temporal que abarca los años 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023. Estos documentos deben contener información relevante sobre modelos de negocios digitales, transformación digital y la digitalización de modelos empresariales. Con base en los criterios previamente mencionados, se llevará a cabo una agrupación cualitativa de los artículos. Es relevante destacar que la creación y difusión del método PRISMA.

Método de Investigación

El método de investigación utilizado para llevar a cabo la revisión de literatura sobre los retos en la transformación digital de modelos de negocio empresarial, siguiendo los criterios de inclusión y exclusión previamente establecidos, se basa en un enfoque sistemático y riguroso. Este método busca

identificar, analizar y sintetizar de manera efectiva la evidencia disponible en la literatura académica y gubernamental en relación con el tema de interés.

Teniendo en cuenta lo anterior, el proceso de investigación se desarrolló de manera sistemática y estructurada, comenzando con la definición clara del alcance de la investigación. En esta etapa inicial, se establecieron los objetivos, preguntas de investigación y los criterios de inclusión y exclusión que darán claridad para delimitar el enfoque de la revisión. Esto fue esencial para garantizar que la búsqueda de literatura se centrara en documentos pertinentes.

Posteriormente, se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva de la literatura, abarcando bases de datos académicas, motores de búsqueda en línea y fuentes gubernamentales. Los términos de búsqueda seleccionados estaban estrechamente relacionados con la transformación digital, modelos de negocio empresarial y los retos que enfrentan. La búsqueda se restringió a documentos publicados en un período específico, comprendido entre 2019 y 2023.

De esta manera, una vez recopilados los estudios identificados en la búsqueda inicial, se procedió a una cuidadosa selección de estos, basada en los criterios de inclusión y exclusión previamente establecidos. Se revisaron los títulos y resúmenes de los documentos para evaluar su relevancia con respecto a los objetivos de la revisión.

También es importante, la extracción de datos que es una etapa crucial, donde se recopilaron los detalles clave sobre los retos identificados en la transformación digital de modelos de negocio. Además, se registraron los métodos utilizados en los estudios para garantizar una comprensión completa de la evidencia. Los datos extraídos fueron organizados y sintetizados con el objetivo de identificar patrones y tendencias en los retos empresariales relacionados con la transformación digital. Esta síntesis permite agrupar los resultados de los estudios de manera coherente y así facilitar la obtención de conclusiones significativas.

Posteriormente se realiza el análisis crítico de los hallazgos se obtuvieron para comprender las implicaciones de los retos identificados. Se discute cómo estos retos afectan la transformación digital de modelos de negocio empresarial y se exploraran posibles estrategias para abordarlos de manera efectiva.

Para finalizar, se presentó un informe completo de los resultados de la revisión de literatura, destacando los retos identificados, las conclusiones derivadas de la síntesis de evidencia y las implicaciones en el ámbito académico. Este proceso garantiza la transparencia y rigor en la revisión de los retos en la transformación digital de modelos de negocio empresarial. El método de investigación utilizado se caracteriza por su enfoque sistemático y basado en evidencia, lo que garantiza la calidad y la fiabilidad de los resultados obtenidos en la revisión, además, al seguir un proceso estructurado, se facilita la reproducibilidad de la investigación y se proporciona una base sólida para la toma de decisiones empresariales y futuras investigaciones en el campo de la transformación digital de modelos de negocio

Caracterización de la Población

Las características de la población incluida en esta revisión son fundamentales para garantizar la relevancia y pertinencia de los documentos seleccionados. La población objetivo comprende documentos que aborden específicamente la temática de la transformación digital de modelos de negocio empresarial. Esto engloba una amplia gama de fuentes, como artículos académicos, artículos científicos y documentos gubernamentales, que presenten un diseño metodológico apropiado, en particular, de tipo trasversal y descriptivo. Además, se consideran documentos publicados en un rango de tiempo específico, desde el año 2019 hasta el año 2023, lo que asegura que la revisión se base en la evidencia más actualizada disponible.

Técnicas para la Recolección y Registro de la Información

La revisión de literatura utilizando el método PRISMA implica una serie de técnicas específicas para la recolección y registro de la información. Estas técnicas aseguran la sistematización y transparencia en el proceso de revisión. A continuación, se describen las técnicas para la recolección y registro de la información:

ILUSTRACIÓN 1

técnica recolección de datos

No.	Titulo	Autores	Pais	Año	Medio de busqueda	Idioma	Publicación	Tipo de publicación
1					Scielo		Publicación gubernamental	Guía
					Pubmed		Publicación académica	Lineamiento
					Google académico		Publicación científica	Manual
								Protocolos
								Articulo científico
								Artículo de revisión
								Editorial
								Nota al editor
								Ensayo
								Tesis
								Monografías
								Artículos especializados

Ilustración 1 Elaboración propia

Paso 1. Búsqueda de Documentos: La recolección de información comienza con una búsqueda exhaustiva de documentos relevantes en bases de datos académicas, motores de búsqueda en línea y

recursos gubernamentales. Se utilizan términos de búsqueda específicos y se aplican los criterios de inclusión y exclusión previamente definidos.

Paso 2. Selección de Documentos: Los documentos identificados en la búsqueda inicial se someten a un proceso de selección. Se revisan los títulos y resúmenes de los documentos para determinar su relevancia con respecto a los objetivos de la revisión.

Paso3. Extracción de Datos: Una vez seleccionados los documentos pertinentes, se procede a la extracción de datos clave de cada uno. Esto incluye información sobre los retos en la transformación digital de modelos de negocio empresarial, así como detalles sobre los métodos utilizados en los estudios.

Paso 4. Registro de Datos: Los datos extraídos se registran en una hoja de registro o una base de datos estructurada. Este registro incluye información sobre la fuente del documento, el año de publicación, los principales hallazgos relacionados con los retos empresariales y otros detalles relevantes

ILUSTRACIÓN 2

Etapas método prisma

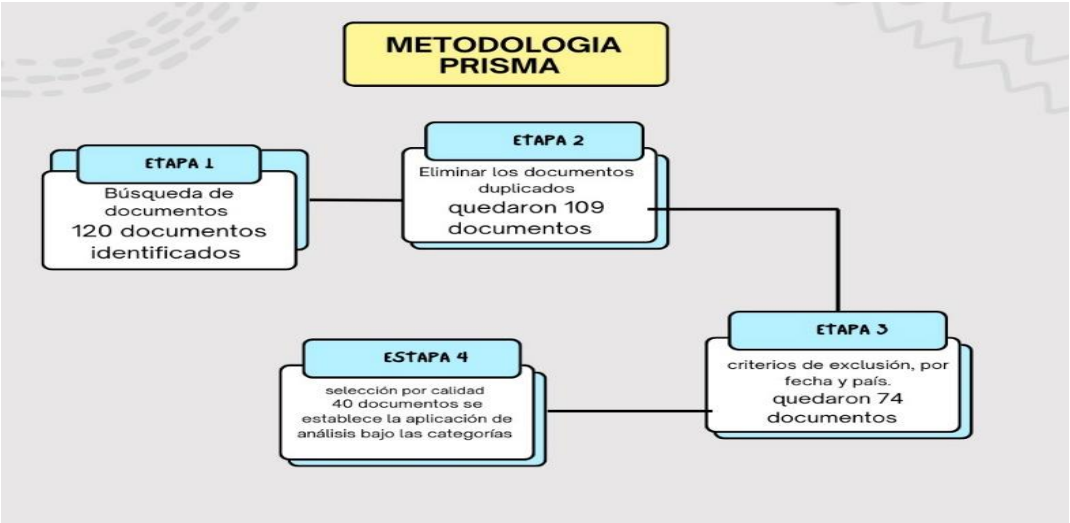


Ilustración 2. Elaboración Propia

Paso 5. Síntesis de la Información: Se realiza una síntesis de la información extraída de los documentos seleccionados. Esto implica organizar los datos de manera que se puedan identificar patrones y tendencias en los retos empresariales relacionados con la transformación digital.

Paso 6. Análisis Crítico: Se lleva a cabo un análisis crítico de los datos sintetizados para comprender las implicaciones de los retos identificados. Se discute cómo estos retos afectan la transformación digital de modelos de negocio y se exploran posibles estrategias para abordarlos.

Paso 7. Generación de Resultados: Se generan resultados y conclusiones basados en la información recopilada y analizada. Estos resultados se presentan de manera clara y concisa en el informe final de la revisión.

Paso 8. Informe de la Revisión: Finalmente, se presenta un informe completo que documenta todo el proceso de revisión, desde la búsqueda inicial hasta los resultados y conclusiones. Este informe sigue las pautas del método PRISMA y garantiza la transparencia y reproducibilidad de la revisión.

Estas técnicas para la recolección y registro de información son esenciales para llevar a cabo una revisión de literatura rigurosa y sistemática utilizando el método PRISMA. Permiten organizar y analizar de manera efectiva la evidencia disponible en la literatura académica y gubernamental sobre los retos en la transformación digital de modelos de negocio empresarial.

Resultados

1. Caracterización de las Evidencias Bibliográficas

Tendencias actuales de los modelos negocio empresarial digitales dedicados al comercio electrónico en Colombia. Para realizar la caracterización, se usó el método prisma el cual tiene como función recolectar muchas fuentes bibliográficas, para así realizar una selección minuciosa de bibliografía, para de esta manera clasificar las fuentes más idóneas para realizar el análisis, esta se llevó a cabo por etapas, en la primera se realizó una investigación en donde se eligieron 120 fuentes, de distintos buscadores.

ILUSTRACIÓN 3

Fuentes recolectadas primera etapa

Fuente	Cantidad
Google	11
Google académico	4
Metarevistas	16
Ebscohost	6
Dialnet	1
Scielo	3
Researchgate	2
Repositorio Universidad Compensar	16
Repositorio Universidad Católica	9
Repositorio Universidad Santo Thomas	2
Repositorio Universidad de Antioquia	7
Repositorio Universidad javeriana	7
Repositorio Universidad de los andes	6
Repositorio Universidad la Salle	6
Repositorio Universidad pontificia	3
Repositorio Universidad Eafit	1
Repositorio Universidad distrital	11
Repositorio Universidad Areandina	1
Amelica	1
Universidad Politécnica de Valencia	1
universidad Valladolid	1
Repositorio Universidad del rosario	2
Repositorio Universidad cooperativa	1

Ilustración 3 Elaboración propia

En la segunda etapa se eliminaron ciertas fuentes que se encontraban duplicadas y quedaron 109 fuentes, posterior a esto se aplicó el tercer filtro, en este se aplicaban criterios de exclusión con respecto a país y año, identificando solo documentos de Colombia y entre el 2019 y 2023, en esta etapa solo quedaron 74 fuentes.

ILUSTRACIÓN 4

Fuentes recolectadas segunda etapa

Fuente	Cantidad
Google	3
Dialnet	1
Repositorio Universidad Compensar	15
Universidad Santo Thomas	2
Universidad Católica	10
researtchgate	1
Repositorio Universidad Eafit	1
Repositorio Universidad de Antioquia	7
Repositorio Universidad Javeriana	8
Repositorio Universidad de la Salle	6
Repositorio Universidad de los Andes	6
Repositorio Universidad Areandina	1
Repositorio Universidad Distrital	11
Repositorio Universidad del Rosario	2

Ilustración 4 Elaboración Propia

Posterior a esto se empiezan a identificar los documentos finales, esta sería la cuarta etapa, la cual consiste, en revisar cada fuente y determinar cuáles son las que sirven y las que no es decir cuales aportan a la temática que se busca estudiar, al finalizar esta selección quedaron 40 documentos.

ILUSTRACIÓN 5

Recolección de datos, tercera etapa

Fuente	Cantidad
Google	2
Dialnet	1
Researtchgate	1
Repositorio Universidad Santo Thomas	2
Repositorio Universidad Católica	5
Repositorio Universidad Compensar	7
Repositorio Universidad Eafit	1
Repositorio Universidad de Antioquia	2
Repositorio Universidad Javeriana	3
Repositorio Universidad de la Salle	2
Repositorio Universidad de los Andes	5
Repositorio Universidad Distrital	5
Repositorio Universidad Areandina	1
Repositorio Universidad del Rosario	2
Repositorio Universidad Militar	1

Ilustración 5 Elaboración propia

1. Modelos de negocios virtuales más relevantes en el comercio electrónico en Colombia.

Modelos de Negocio Empresarial

Los autores presentan perspectivas diversas sobre modelos de negocio empresarial en la era digital. Cardona, Valero y Vaca (2021) enfatizan la importancia del branded content como una estrategia efectiva que se alinea con tendencias emergentes y permite a las marcas construir relaciones auténticas con los consumidores al adaptarse a temas de conversación más fluidos y emocionales en la opinión pública. Esto sugiere que las empresas deben considerar la forma en que presentan su imagen corporativa y contenido en el contexto actual de comunicación.

Parra (2022) ofrece un catálogo amplio de estrategias de negocio y señala que algunas pueden superponerse, que reconoce un posible sesgo hacia prácticas de desarrollo y tecnología en el catálogo, en esa misma idea se destaca la importancia de adaptar las estrategias al contexto real de la empresa y al marco legal. Por otro lado, González (2020) destaca el impacto de las Fintech en el sector financiero y cómo están forzando a los negocios tradicionales a adaptarse desde la accesibilidad de productos financieros para la población y la reducción de barreras de entrada, por ende, resalta la necesidad de estrategias tecnológicas en los bancos tradicionales.

Arrieta (2021) y Ramírez y Jaramillo (2022) presentan un modelo de negocio digital que enfatiza la creación de una red de usuarios y la generación de valor a través de soluciones y experiencias, donde subrayan que el modelo es difícil de replicar por competidores, lo que genera una oferta de valor diferenciada y especializada es así que se destaca la importancia del contexto de la digitalización empresarial. Ahora bien, Vías (2021) enfatiza la importancia de la cuarta revolución industrial y la inversión en tecnologías digitales que destaca la digitalización empresarial como una estrategia necesaria y urgente. Así mismo, Para Salazar (2021) describe un modelo de negocio basado en la garantía de calidad y precio y la importancia de la comunidad para crear soluciones continuas.

Oscar (2022) al igual que Cardona, Valero y Vaca (2021) se centra en la generación Z y la importancia de la aplicación práctica de herramientas digitales en los procesos empresariales es así que la necesidad de

una apropiación práctica de las tecnologías de la industria 4.0 para garantizar la competitividad en un entorno en constante cambio donde se resaltan la necesidad de crear contenido que refleje la imagen corporativa de una empresa y se adapte a los temas de conversación fluidos y menos rígidos en la opinión pública, además, destacan la relevancia de elementos como el humor y la emocionalidad para construir relaciones auténticas con los consumidores.

Para finalizar, Arrieta (2021) se centra en resalta la importancia de caracterizar a esta audiencia y analizar su comportamiento para garantizar la sostenibilidad de los medios. Propone preguntas clave para obtener un conocimiento preciso sobre esta audiencia crucial, allí se sugiere que futuras investigaciones se centren en un mayor número de medios digitales y en el contexto institucional que influye en los modelos de negocio. Al igual que Ramírez y Jaramillo (2022) presentan un modelo de negocio digital centrado en la creación de una red de usuarios que crece exponencialmente y se destacan la importancia de brindar soluciones y experiencias para fidelizar a los usuarios y crear una comunidad, se identifica que este modelo de negocio es difícil de replicar, lo que genera una oferta de valor diferenciada y especializada

Tendencias Digitales Empresariales

Según Castaño, L (2020), la transformación digital se erige como un proceso vital para las empresas en la actualidad, dado que muchas de ellas enfrentan desafíos financieros y de compromiso en un mercado dominado por gigantes corporativos, por otro lado, Miranda, C (2020) contextualiza este proceso al destacar que a lo largo de la historia, la tecnología ha impulsado revoluciones industriales que han transformado internet en 1983. De la misma manera, Contreras, P (2020) enfatiza la utilidad del modelo de negocio Canvas, ya que este facilita la comunicación de información clara y accesible sobre aspectos tangibles e intangibles de un negocio a partes que no están familiarizadas con el modelado de negocios.

El tránsito de las empresas entre diferentes entornos es esencial para su desarrollo exitoso, ya que deben adaptarse a dinámicas cambiantes y complejas del mercado (Romero Restrepo, 2022). La pandemia del COVID-19 aceleró la dependencia de las tecnologías digitales, que desempeñaron un papel crucial en frenar la propagación de la enfermedad y respaldar la economía global (Guevara & Velandia, 2022). Por otro lado,

Hoyos (2020) destaca el papel fundamental de la tecnología de la información en el emprendimiento digital, impulsando la creación de mercados, distribución y transformación de productos, lo que, en el contexto actual de transformación digital de negocios y desarrollo tecnológico, da lugar a cambios en los modelos de negocio existentes y la creación de otros.

Las tendencias, como señalan Cardona y Vaca (2023), desempeñan un papel fundamental al permitir que las organizaciones redefinan sus estrategias con base en predicciones que abarcan aspectos sociales, culturales, políticos, económicos y tecnológicos. Estas predicciones reflejan los futuros procesos de consumo y adaptación social, lo que influye directamente en el mercado y en la toma de decisiones de los individuos.

En consonancia, Ruge y Hernández (2021) resaltan la importancia de las tecnologías de información y comunicación para que las empresas se mantengan competitivas y puedan expandir sus operaciones de manera rentable y sostenible, mejorando la rapidez y eficiencia en la llegada al cliente. Por otro lado, Mesa y Sierra (2020) destacan que el rendimiento económico se ve impulsado por la innovación tecnológica, lo que conlleva la creación de nuevos productos, apertura de mercados y la generación de nuevas empresas lideradas por emprendedores con habilidades para identificar nichos y desarrollar productos y servicios novedosos.

Tendencias y los retos actuales de modelos de negocios virtuales que contribuyen más significativamente al crecimiento empresarial desde el comercio electrónico.

Retos Digitales Empresariales

Teniendo en cuenta la relevancia que tienen hoy en día las mediaciones digitales, las empresas han visto la basta necesidad migrar a ellas para poder llegar a más público, puesto que la tecnología ha marcado una gran propuesta de valor, por lo tanto, a los ojos de Cardona, M., Vaca, C., Valencia, M., Fajardo, L., García, Y., Martínez, H., & Ruiz, D. (2021), sugieren que el integrar plataformas digitales a las empresas genera una gran oportunidad de mejora, por otro lado, Pérez, C.,Candia, J.,Espinosa, R., & Briones, M. (2021) las barreras más destacadas en innovaciones en el contexto de la transformación digital, así como

las acciones innovadoras más comunes, son, el tipo de tecnología aplicada en los procedimientos, el nivel de competencia de los profesionales de este campo, y la posición estratégica de la unidad en estas áreas.

El crecimiento exponencial de la información digital y la creciente digitalización de los usuarios a través de dispositivos tecnológicos móviles, tal como indicaron Blandón y Vargas (2019), ha generado una demanda creciente de nuevos canales y servicios que ofrezcan seguridad, transparencia y confianza.

Por otro lado, Bayona, Muñoz y Pérez (2022) destacaron que el comercio electrónico, las redes sociales, el almacenamiento y la seguridad electrónica son algunas de las herramientas digitales más utilizadas, por tanto, subrayaron la importancia de la implementación digital como un factor esencial para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo de las organizaciones.

No obstante, como señaló Botero (2020), en Colombia, la adopción de tecnologías maduras de digitalización sigue siendo una tarea pendiente para muchas empresas medianas y pequeñas que luchan por superar los desafíos de la transformación digital. Por último, el aumento del comercio electrónico a nivel mundial, como observó Castro (2021), ha llevado a las empresas a centrar sus estrategias en el desarrollo de canales de venta digitales de vanguardia que puedan adaptarse a las cambiantes tendencias y comportamientos de los compradores.

Transformación digital

La transformación digital, según Peña (2022), representa una estrategia para abordar tanto los problemas tradicionales como la creación de nuevos modelos de organización del conocimiento, generación de ingresos e innovación, Rodríguez (2020) enfatiza que esta transformación impulsa la aparición de numerosas aplicaciones tecnológicas para satisfacer las necesidades de individuos y empresas, con la responsabilidad de los líderes empresariales de mantener sus compañías alineadas con el desarrollo de la transformación digital, que incorpora herramientas como la comunicación móvil.

Por otro lado, Gabriunas, Sanabria, Umaña, Romero y Virguez (2022) destacan que la transformación digital conlleva la implementación de iniciativas tecnológicas y acciones en ámbitos sociales, culturales, políticos, económicos, ecológicos y normativos, con el objetivo de mejorar el bienestar y el desarrollo de

la sociedad, por otro lado, Buitrago, Restrepo y Vásquez (2022) enfatizan que la transformación digital se ha convertido en un imperativo para las organizaciones, que deben abrazar la digitalización para mantener su competitividad y supervivencia, por su parte, Marulanda (2019) subraya que este proceso combina la adopción de tecnologías avanzadas con la colaboración del capital humano, lo que conlleva mejoras en los procesos operativos, funcionales y una transformación en el modelo de negocio impulsado por la tecnología y la innovación.

Por lo tanto, La transformación digital, como apunta Fuquen (2020), es esencial en los planes de negocios de las empresas, ya que incrementa la eficiencia operativa y permite redirigir al talento humano hacia funciones más estratégicas, para Foncillas (2020), se ha convertido en un tema fundamental en el mundo empresarial, donde la digitalización es esencial para la supervivencia y el éxito, a pesar de que a menudo se enfatiza en la palabra digital cuando en realidad, la clave está en la transformación. Además, Bohorquez y Robles (2020) observan que la transformación digital no se limita a herramientas, sino que afecta a la sociedad en su conjunto, influyendo en los hábitos de consumo y llevando a una compra y consumo diferentes.

Finalmente, Díaz, Ramírez y Guzmán (2020) señalan que el marketing digital y las nuevas tecnologías de comunicación son cruciales para posicionar a las empresas, mientras que Robles y Sánchez (2022) indican que las organizaciones deben adaptarse a los avances tecnológicos para obtener beneficios como innovación, optimización de procesos, reducción de costos y mayor calidad de productos y eficiencia. Buitrago (2020) insiste en que las organizaciones deben abordar las tendencias y necesidades actuales mediante la integración de procesos de digitalización y la adopción de conceptos y herramientas para realizar actividades de vigilancia tecnológica y análisis de datos, Meneses (2019) agrega que la transformación digital es necesaria para mantenerse actualizado con los avances tecnológicos y cambiar la forma en que se prestan los servicios, incluso en el sector financiero.

Esto puesto que, la digitalización de la sociedad, como señala Sánchez (2023), ha provocado cambios fundamentales en las necesidades de los clientes y, en consecuencia, en las empresas, independientemente de su tamaño o sector. Silvestre (2021) concluye que la digitalización es crucial para que las empresas sigan

siendo competitivas, ya que deben adaptarse a estas nuevas demandas para satisfacer a sus clientes de manera efectiva y mantener su posición en el mercado.

ILUSTRACIÓN 6

Ejes de investigación

No.	Ejes de Indagacion	Conceptos Claves	Referencias
1	**Tendencias Digitales Empresariales**	La automatización desempeña un papel crucial en la empresa al posibilitar la ejecución eficiente de campañas de marketing por correo y facilitar la conversión de prospectos en clientes mediante flujos de trabajo automatizados.	Rincon, C.(2020) Contreras, P (2020) Gómez, L (2020)
		Las tendencias digitales empresariales son fundamentales y tienen un impacto significativo en el entorno social, económico y empresarial.	Rodríguez, J. Rozo, B. (2021) Aguilera, I (2020) Lunar, L y Artigas, M (2023)
		Surgimiento de nuevos emprendimientos digitales que aprovechan las herramientas digitales para ofrecer soluciones innovadoras.	Camargo, Y. García, A. (2021) Clavijo, D. Rincón, O. (2021) Cardona, M. Vaca, C. Valencia, M. Fajardo, L. García, Y. Martínez, H. Ruiz, D. (2021) Buitrago L. León, A (2020)
2	**Retos Digitales Empresariales**	El desarrollo se basa en las fases fundamentales para desarrollar el software: análisis, diseño e implementación.	Cardona, M. Vaca, C. Valencia, M. Fajardo, L. García, Y. Martínez, H. Ruiz, D. (2021) Garzón, O, Arias, M, Castillo, Y. y Enrique, V (2020)
		La implementación de tecnologías digitales para acceder a alternativas de negocio, capacidades y recursos que lleven a la generación de nuevos procesos, productos y servicios.	Morales, D. (2022) Bayon, L. Muño, J y Pérez, J (2022) Cardona Bedoya, Marcela Vaca, C. Valencia, M. Fajardo, L. García, Y Martínez, H y Ruiz, D (2021)
		La digitalización en las empresas no es algo nuevo en lo absoluto, a lo largo de los años pocas empresas del sector han logrado de manera exitosa superar todos los retos que implica	Botero, J (2020) Rivero, M (2022) Herrera, N y Chacon, S (2022) Sucre, A. Parra, D. Sánchez, D y Rodríguez, A (2020)
3	**Transformación Digital**	Adopta y utiliza tecnologías digitales para mejorar sus operaciones, procesos y competencias	Fuquen, G. (2020) Foncillas, P. (2020) Pinzon, R. (2020)Blandón, L. Vargas, M. (2019) Gomez, N. (2020) Herrera, L. Conejo, D. Beltrán, G. Valdés, S. (2020)Rodríguez, J. Rozo, B. (2021) Clavijo R, Alirio, D. Rincón, H y Oscar, A (2021) Acosta, G. Galindo,R. Díaz, J y Ligia, J (2020) Guevara, L. Velandia, L y Ángel, M (2023) Contreras, A (2020) Rodriguez, M (2020) Mejia, O (2022)
		La sostenibilidad de las pymes en Colombia	Bohórquez, M; Robles, I; River, M. (2021) Gonzales, J. (2021)
		La transformación digital es un requisito inherente para la supervivencia de las compañías que buscan tener un posicionamiento en el mercado.	Botero, J (2020) Sarmiento, M (2022) Vias, A (2020) Silvestre, P (2021) Marulanda, L (2019)Lunar, L y Artigas, M (2023)
4	**Modelo de Negocio Empresarial**	Modelo de negocio describe la estrategia utilizada por una empresa para crear, entregar y capturar valor en el mercado.	Salazar, Y. (2021) Rodríguez, J. Rozo, B. (2021)
		Innovar en el modelo negocio que se tiene en la actualidad	Castro, D. (2021) Villalobos, J. (2022) Mejia, O (2022) Garcia, D (2020)

Ilustración 6 Elaboración propia

Discusión

De esta forma se comprende que la era actual se caracteriza por un ritmo vertiginoso de avances tecnológicos que han influido profundamente en el mundo empresarial es así que la transformación digital se ha convertido en un proceso esencial para las empresas, dada la magnitud de los desafíos que enfrentan en un mercado dominado por gigantes corporativos, históricamente, la tecnología ha sido una fuerza motriz detrás de las revoluciones industriales que han transformado la forma en que operan las empresas.

Uno de los instrumentos cruciales en este panorama es el modelo de negocio Canvas, que proporciona una estructura clara y accesible para comunicar los aspectos tangibles e intangibles de un negocio, este modelo es una herramienta invaluable en la era digital, donde la claridad y la comunicación efectiva son esenciales para el éxito empresarial, y facilita la comprensión y la colaboración tanto interna como externamente en la empresa, lo que se vuelve crucial en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

A medida que las empresas avanzan en la transformación digital, surgen una serie de Retos Digitales Empresariales, la migración hacia entornos digitales se presenta como una oportunidad para llegar a un público más amplio, pero no está exenta de desafíos por ello la elección de la tecnología adecuada, la competencia en el campo tecnológico y la posición estratégica de la empresa en estas áreas se convierten en factores críticos es de este modo que la digitalización de la sociedad y la creciente demanda de nuevos canales y servicios plantean retos importantes que las empresas deben abordar para mantener su competitividad.

La transformación digital se perfila como la estrategia esencial para resolver tanto problemas tradicionales como para crear nuevos modelos de organización, ingresos e innovación, en este sentido es clara que la comunicación móvil y la implementación de iniciativas tecnológicas en diversos ámbitos, incluyendo lo social, lo cultural, lo político y lo económico, son parte integral de este proceso. La colaboración del capital humano es una piedra angular para mejorar los procesos operativos y transformar el modelo de negocio impulsado por la tecnología y la innovación.

En este contexto, los modelos de negocio empresariales experimentan una diversificación significativa en estrategias como el branded content que se destacan como una forma efectiva para que las marcas construyan relaciones auténticas con los consumidores al adaptarse a temas de conversación en constante cambio otro modelo que ha impactado de manera significativa en el sector financiero es Fintech, impulsando a las empresas tradicionales a adaptarse a las nuevas tecnologías y servicios financieros, teniendo que cuenta la necesidad de estrategias tecnológicas en los bancos tradicionales se vuelve evidente en un entorno cada vez más digital. Además, los modelos de negocio digitales que se centran en la creación de una red de usuarios y la generación de valor a través de soluciones y experiencias únicas se perfilan como diferenciadores en un mercado competitivo.

Para concluir, el panorama empresarial actual se ve moldeado por la indispensable necesidad de la transformación digital, es así que las empresas enfrentan desafíos financieros y de adaptación en un mercado donde las grandes corporaciones dominan, de esta manera se evidencia como la migración a entornos digitales abre oportunidades, pero al mismo tiempo presenta obstáculos que deben superarse. Por ello, la elección de tecnología, la competencia y la posición estratégica son elementos críticos en este proceso de la transformación digital donde la estrategia permite abordar problemas tradicionales y crear nuevos modelos de ingresos e innovación, donde la colaboración del capital humano desempeña un papel fundamental.

Dentro de este contexto, se evidencia una diversidad de estrategias de modelos de negocio en la era digital acá se identifica la importancia del branded content, el impacto de las Fintech y la necesidad de estrategias tecnológicas en los bancos tradicionales que se vuelven aspectos clave. Además, los modelos de negocio centrados en la creación de una red de usuarios y la generación de valor a través de soluciones y experiencias únicas se presentan como elementos diferenciales en el entorno empresarial en constante evolución.

Ahora bien, la tecnología y la digitalización han alterado la forma en que las empresas operan y se relacionan con sus clientes por ello, la adaptación a este entorno digital se ha vuelto imprescindible para mantenerse competitivo y relevante en el mercado actual, la colaboración, la innovación y la estrategia

tecnológica son elementos clave para el éxito en este nuevo paradigma empresarial, de esta manera es posible visualizar como las empresas que abracen la transformación digital y adopten modelos de negocios innovadores tendrán más posibilidades de prosperar en un mundo cada vez más impulsado por la tecnología.

Conclusiones

El proyecto de investigación es relevante por el impacto de la transformación digital y el cómo se ha consolidado como un proceso ineludible para las empresas en la actualidad, en un mercado históricamente dominado por grandes corporaciones, la tecnología digital ha emergido como una fuerza motriz detrás de la evolución empresarial y del modelo de negocio Canvas se destaca como una herramienta valiosa para comunicar aspectos clave de una empresa en la era digital.

Es importante recalcar la migración hacia entornos digitales presenta tanto oportunidades como desafíos, y se centra en llegar a un público más amplio y atractivo, pero la elección de tecnología en el campo de la competencia tecnológica y la digitalización de la sociedad plantean retos importantes, aun así, la transformación digital se erige como una estrategia esencial para abordar problemas tradicionales y crear nuevos modelos de organización, ingresos e innovación.

Ahora bien, ello contribuye en la era digital de los modelos de negocio empresariales se diversifican significativamente por las estrategias como el branded content el cual permiten a las marcas construir relaciones auténticas con los consumidores al adaptarse a temas cambiantes al igual, que las Fintech han revolucionado el sector financiero, presionando a las empresas tradicionales a adaptarse, la creación de una red de usuarios y la generación de valor a través de soluciones y experiencias se destacan como modelos de negocio digitales efectivos.

Atreves del desarrollo de este entorno empresarial en constante evolución, la transformación digital es esencial para mantener la competitividad y el éxito, a si como la digitalización de la sociedad que exige que las empresas reevalúen sus enfoques y estrategias desde la colaboración, la innovación y la estrategia tecnológica, elementos clave para el éxito en este nuevo entorno empresarial.

En definitiva, la transformación digital no es una opción; es un imperativo para la supervivencia y la relevancia en el mercado actual en las empresas que están en proceso de adaptar la tecnología y modelos de negocio innovadores, tienen la oportunidad de prosperar en un mundo impulsado por la tecnología, y la transformación digital se presenta como una pieza fundamental en el rompecabezas empresarial actual y un camino hacia un futuro empresarial más exitoso y sostenible.

Referencias

Barrera, M 2020 Estado situacional acerca de la teoría, la práctica y enseñanza de la trasformación digital en el mundo Estado situacional acerca de la teoría, la práctica y enseñanza de la trasformación digital en el mundo (urosario.edu.co)

Bayona, L. Muñoz, J y Pérez, J 2022 La transformación digital de las empresas colombianas en los últimos 5 años La transformación digital de las empresas colombianas en los últimos 5 años (areandina.edu.co)

Bedoya, M y Gonzales, C. 2023 TENDENCIAS DEL MERCADO 9789587925531_Tendencias del mercado.pdf

Botero, J 2020 Desarrollo y aplicación de un modelo de madurez en transformación digital para pequeñas y medianas empresas constructoras Desarrollo y aplicación de un modelo de madurez en transformación digital para pequeñas y medianas empresas constructoras (uniandes.edu.co)

Bohorquez, M y Robles, I 2020 La transformación digital como mecanismo para la sostenibilidad de las pymes en Colombia durante la pandemia del Covid-19 content (ucatolica.edu.co)

Buitrago, L 2020 Apoyo a la dirección de servicios para la innovación de CIDET en la ejecución de proyectos de desarrollo e innovación y vigilancias tecnológicas Repositorio Institucional Universidad de Antioquia: Apoyo a la dirección de servicios para la innovación de CIDET en la ejecución de proyectos de desarrollo e innovación y vigilancias tecnológicas (udea.edu.co)

Blandón, L Vargas, M 2019 APORTE DE BLOCKCHAIN A LA TRANFORMACIÓN DIGITAL DE LA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS BlandónLombanaLinaMarcela2019.pdf (udistrital.edu.co)

Buitrago, B. Restrepo, l y Vásquez, L 2022 Transformación digital en las microempresas colombianas en tiempos de pandemia Transformación digital en las microempresas colombianas en tiempos de pandemia (areandina.edu.co)

Castaño, L. 2020 ¿ES EL COVID-19 UNA OPORTUNIDAD PARA LAS PYMES EN CUANTO A TRANSFORMACION DIGITAL EN AMÉRICA LATINA? *GomezCastañoLauraTatiana2020.pdf (unimilitar.edu.co)

Cardona, M., Vaca, C., Valencia, M., Fajardo, L., García, Y., Martínez, H., & Ruiz, D. (2021) Plataforma web para el fortalecimiento en la capacitación en los procesos de empresas JKTIC soluciones Plataforma web para el fortalecimiento en la capacitación en los procesos de empresas JKTIC soluciones (ucompensar.edu.co)Castro, D 2021 ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN EN EL MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA LUNNET DELUXE CastroDaniela_2021_InnovacionModeloNegocio.pdf (udea.edu.co)

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2022) El eCommerce en Colombia está en ascenso, sus proyecciones para cierre de año son positivas. https://www.ccce.org.co/noticias/el-ecommerce-en-colombia-esta-en-ascenso-sus-proyecciones-para-cierre-de-ano-son-positivas/

Cañar-Tinitana, J. y Hidalgo-Avila, A. (2021) Modelos de gestión empresarial centrados en la innovación como ventaja competitiva. Una mirada a las PYMES de Manta. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjpj4qR_POAAxXvSjABHUAOAV4QFnoECB4QAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7926827.pdf&usg=AOvVaw3Odcqk1AwJlHv7xsQXUqxN&opi=89978449

Diaz, J. Ramires, J y Guzman, L 2020 Diseño plan de marketing digital para aplicar a la compañía Sedatech S.A.S en el periodo 2021 Diseño plan de marketing digital para aplicar a la compañía Sedatech S.A.S en el periodo 2021 (ucompensar.edu.co)

Da silva, F. y Nuñéz, G. (2021) La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datosen un contexto de libre competencia. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0c2536f0-bacc-491b-81ff-330298b959f2/content

Fuquen, G 2020 Aproximaciones al proceso de transformación digital en las empresas Aproximaciones al proceso de transformación digital en las empresas (urosario.edu.co)

Foncillas, P 2020 El impacto de la transformación digital en las empresas un estudio de directivos y empleados El impacto de la transformación digital en las empresas: un estudio de directivos y empleados - Dialnet (unirioja.es)

Gabriunas, I. Sanabria, M. Umaña, V. Romero, R y Virguez, L 2022 Transformación digital en las organizaciones Transformación digital y Canvas (openai.com)

Giraldo, M. (2018) Modelos de gestión empresarial: estrategia de sostenibilidad, eficiencia y competitividad para las empresas en Colombia. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1736&context=contaduria_publica

González Rivero, M. (2020). Análisis de modelos de negocios: transformación digital en la banca y las nuevas Fintech. Universidad de los Andes. https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/a25f81ee-e1f7-4119-8d87-e50a2094d10c

Guevara, L Y Velandia, M. 2022 Diseño de un Modelo de Negocio Cloud Computing Basado en el Mercado Digital para la Empresa 724BC. LunarLuis_2023_ModeloCloudComputing.pdf (udea.edu.co)

Hoyos, J. 2020 Emprendimiento digital: Una mirada desde la innovación tecnológica. content (ucatolica.edu.co)

Marulanda, L. M. (2018). Retos y tendencias de la transformación digital para la empresa colombiana: Desafío de personas no de tecnología. http://hdl.handle.net/10654/17490

Meneses, R 2019 FinTech en Colombia: Perspectivas de crecimiento y principales efectos en la economía Tesis - Ricardo Chajin.pdf (javeriana.edu.co)

Mesa, A y Sierra, Y. 2020 EMPRENDER ES UNA GRAN OPCIÓN content (ucatolica.edu.co)

Miranda, C 2020 Digitalización de una empresa: la adaptación empresarial durante la pandemia del 2020 para un futuro seguro con las herramientas digitales. *2021carlosrincon.pdf (usta.edu.co)

Montañez, P. 2020 PROPUESTA METODOLÓGICA MIXTA DEL MODELO KANO Y CANVAS EN OFERTA DE NEGOCIO DIGITAL: CASO DE ESTUDIO AEROSPACE BUSINESS GROUP LLC. *TESIS DE MAESTRIA (1) (1).pdf (udistrital.edu.co)

Mckinsey & Company (2023) The estate of Fashion 2023. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2023/the-state-of-fashion-2023-holding-onto-growth-as-global-clouds-gathers-vf.pdf

Naciones Unidas [CEPAL] (2022) Tecnologías digitales para un nuevo futuro. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf

Oscar, M. 2022 Madurez tecnológica de la generación Z: reto de la transformación digital en Colombia https://www.redalyc.org/journal/6381/638169410012/638169410012.pdf

Peña, J y Vargas, C 2022 Digital Transformation in Quality Management Systems in Technology Companies, Link Wireless Case Transformacion_digital_en_sistemas_de_gestion_de_c.pdf

Pérez, C.,Candia, J.,Espinosa, R., & Briones, M. 2021 Gestión de personas y las barreras para innovar en la transformación digital Dialnet-GestionDePersonasYLasBarrerasParaInnovarEnLaTransf-8890442.pdf

Robles, S y Sanches, E 2022 Transformación digital de la industria de la construcción a través de la identificación de innovaciones tecnológicas Transformación digital de la industria de la construcción a través de la identificación de innovaciones tecnológicas (ucatolica.edu.co)

Ramírez, D. A. & Jaramillo, N. A. (2022). Diseño del modelo de negocio digital para Tu Bici. http://hdl.handle.net/10554/62156.

Restrepo, j. 2022 Negocios y tecnología: los partidarios para generar Negocios y tecnología: los partidarios para generar competitividad empresarial competitividad empresarial. viewcontent.cgi (lasalle.edu.co)

Ruge, D y Hernandez, O 2021 EL DESARROLLO DE LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR BANCARIO DURANTE EL COVID-19 content (ucatolica.edu.co)

Sanchez, E 2023 Diseño de guía para facilitar el proceso de transformación digital empresarial: La gestión de la innovación como apalancadora del cambio Diseño de guía para facilitar el proceso de transformación digital empresarial: La gestión de la innovación como apalancadora del cambio (uniandes.edu.co)

Silvestre, P 2021 LA DIGITALIZACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS: UNA NECESIDAD PARA SOBREVIVIR TFG- Serrano Silvestre, Paula.pdf (comillas.edu)

Sosa, J 2019 Modelo para la implementación de la transformación digital en una Caja de Compensación Familiar Modelo para la implementación de la transformación digital en una Caja de Compensación Familiar - hdl:11349/15811 (udistrital.edu.co)

SALAZAR, Y. 2021 MODELO DE NEGOCIO PARA DISEÑAR, FABRICAR Y COMERCIALIZAR CONTROLES DE ILUMINACIÓN

https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/28401/SalazarHuertasYeisonWilmer2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saint Leo University (2022) Nuevas tendencias de la administración de empresas. https://worldcampus.saintleo.edu/noticias/nuevas-tendencias-de-la-administracion-de-empresas-modernas#:~:text=La%20diversidad%20en%20la%20fuerza,la%20administración%20de%20empresas%20modernas.

Sánchez, J. (2017) Las 8 principales tendencias de la administración moderna. https://es.linkedin.com/pulse/las-8-principales-tendencias-de-la-administración-sánchez-morzán

Universidad ORT Uruguay (2023) Qué son los negocios digitales y cómo funcionan. https://facs.ort.edu.uy/blog/que-son-los-negocios-digitales-y-como-funcionan

Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual | Journal of Science and Research (utb.edu.ec) ANALISIS+DE+LA+TRANSFORMACION+DIGITAL+DE+LAS+EMPRESAS+-+WILLIAM+NIEBLES+-+9 (1).pdf

Vias, D. 2021. LA DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL, UNA ESTRATEGIA NECESARIA. https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/51103/TFG-Alonso%20Vias%2c%20Diego%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Anexo 1.

No.	Titulo	Autores	Pais	Año	Medio de busqueda	Idioma	Publicación	Tipo de publicación
1	APROXIMACIONES AL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS EMPRESAS	GERMÁN FUQUEN ACOSTA	colombia	2020	Google	Español	Publicación académica	tesis
2	El impacto de la transformación digital en las empresas	Pablo Foncillas	colombia	2020	Dialnet	Español	Publicación académica	tesis
3	Digitalización de una empresa: la adaptación empresarial durante la pandemia del 2020 para un futuro seguro con las herramientas digitales.	Carlos José Rincón Miranda	Colombia	2020	Repositorio Universidad Santo Tomás	Español	Academica	Articulo
4	Emprendimiento digital: Una mirada desde la innovación tecnológica	Rodríguez-Hoyos, Juan Pablo Rozo-Hernández, Brian Fernando	Colombia	2021	Repositorio Universidad Catolica	Español	Academica	tesis
5	La transformación digital como mecanismo para la sostenibilidad de las pymes en Colombia durante la pandemia del Covid-19	Bohórquez-Laverde, Maribel; Robles-Olaya, Ingry Paola; Rivera-Lozano, Miller	Colombia	2021	Repositorio Universidad Catolica	Español	Academica	tesis
6	Emprender es una gran opción	Camargo-Sierra, Yulieth del Carme Y García-Mesa, Angy Lizeth	Colombia	2021	Repositorio Universidad Catolica	Español	Academica	tesis
7	El desarrollo de la digitalización del sector bancario durante el covid-19	Clavijo-Ruge, Diego Alirio Rincón-Hernández, Oscar Alejandro	Colombia	2021	Repositorio Universidad Catolica	Español	Academica	tesis
8	Diseño plan de marketing digital para aplicar a la compañia Sedatech S.A.S en el periodo 2021	Acosta Guzmán, Leicy Galindo Ramirez, Jessica Paola Ipia Diaz, Jennifer Ligia	Colombia	2020	repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	tesis
9	Propuesta digital de la compañia Gabrica, encaminada a la mejora de la estrategia comercial en el canal especializado	Sucre, Alexandra del Pilar Parra Cañon, Darlin Tatiana Sánchez, David Fernando Rodríguez Salinas, Andrés Felipe	Colombia	2020	Repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	tesis
10	Tendencias del mercado: Perspectivas y realidades	Cardona Bedoya, Marcela Vaca González, Carolina Valencia Valandia, Mauricio	Colombia	2021	Repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	Libro
11	Plataforma web para el fortalecimiento en la capacitación en los procesos de empresas JKTIC soluciones	Garzón Olaya, Mayra Tatiana Arias Miranda, Yaid Vergara Castillo, Victor Enrique	Colombia	2020	Repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	tesis
12	OPORTUNIDADES, OBSTACULOS Y RETOS RELACIONADOS CON LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN UN ESCENARIO POST-COVID EN UNA EMPRESA DE SECTOR DE TELECOMUNICACIONES EN COLOMBIA	Cardona Bedoya, Jenny Marcela Valero, Claudia Vaca Gonz´alez, Yadira Carolina	Colombia	2021	Repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	tesis
13	Transformación digital de la industria de la construcción a través de la identificación de innovaciones tecnológicas	José Manuel González Varona	Colombia	2021	researtchgate	Español	Academica	tesis
14	Análisis del modelo de negocio de cuatro medios nativos digitales en Iberoamérica	DIEGO ANDRÉS GARCÍA	Colombia	2020	Repositorio Universidad Eafit	Español	Academica	tesis
15	Diseño de un modelo de negocio Cloud Computing basado en el mercado digital para la Empresa 724BC	Lunar Guevara, Luis Eduardo Artigas Velandia, Miguel Ángel	Colombia	2023	Repositorio Universidad Catolica	Español	Academica	tesis

Activar Win

16	Estrategia de innovación en el modelo de negocio de la empresa Lunnet Deluxe	Daniela Castro Morales	Colombia	2021	Repositorio Universidad de Antioaquia	Español	Academica	tesis
17	Apoyo a la dirección de servicios para la innovación de CIDET en la ejecución de proyectos de desarrollo e innovación y vigilancias tecnológicas	Lunar Guevara, Luis Eduardo Artigas Velandia, Miguel Ángel	colombia	2023	Repositorio Universidad de Antioaquia	Español	Academica	tesis
18	Diseño del modelo de negocio digital para TuBici	Castro Morales, Daniela	Colombia	2022	Repositorio Universidad Javeriana	Español	Academica	tesis
19	Diseño del modelo de negocio para la nueva vertical de la empresa "de base tecnológica" "En la U"	Buitrago López, León Alexis	Colombia	2020	Repositorio Universidad Javeriana	Español	Academica	tesis
20	Transformación digital en el sector financiero	Pinzón Segura, Ricardo	Colombia	2020	Repositorio Universidad Javeriana	Español	Academica	Proyecto de grado
21	Negocios y tecnología: los partidarios para generar competitividad empresarial	Ivone Andrea Aguilera Gámez	Colombia	2020	UNIVERSIDAD DE LA SALLE	Español	Publicación académica	Trabajo de Grado
22	Catálogo de Estrategias Empresariales	Villalobos Salcedo, Jorge Alberto	Colombia	2022	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	Español	Publicación académica	Proyecto de Grado
23	Desarrollo y aplicación de un modelo de madurez en transformacion digital para pequeñas y mediana empresas constructoras.	JOSÉ FEDERICO BOTERO DUQUE	Colombia	2020	UNIVERSIDAD DE LA SALLE	Español	Publicación académica	Tesis
24	Análisis de modelos de negocios : transformación digital en la banca y las nuevas Fintech	Miguel Armando Parra Tovar	Colombia	2022	Universidad de Los Andes	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
25	Diseño de guía para facilitar el proceso de transformación digital empresarial: La gestión de la innovación como apalancadora del cambio	Romero Sarmiento, María Camila	Colombia	2022	Universidad de Los Andes	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
26	LA DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL, UNA ESTRATEGIA NECESARIA	Diego Alonso Vias	Colombia	2020	Universidad de Los Andes	Español	Publicación académica	Tesis
27	LA DIGITALIZACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS: UNA NECESIDAD PARA SOBREVIVIR	Serrano Silvestre, Paula	Colombia	2021	Universidad de Los Andes	Español	Publicación académica	Tesis
28	LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.	Bayona Acevedo Leydis Muñoz Bohorquez Juan Carlos Pérez Franco Jacqueline	Colombia	2022	Universidad Areandina	Español	Publicación académica	Tesis
29	Propuesta metodológica mixta del Modelo Kano y Canvas en oferta de negocio digital : caso de estudio Aerospace Business Group LLC	Contreras Montañez, Pablo Andrés	Colombia	2020	UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS	Español	Publicación académica	Tesis
30	Modelo para la implementación de la transformación digital en una Caja de Compensación Familiar	Contreras Montañez, Pablo Andrés	Colombia	2020	Repositorio universidad distrital	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
31	Transformación digital de las organizaciones	Salazar Huertas, Yeison Wilmer	Colombia	2021	Repositorio universidad distrital	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
32	Aporte de blockchain a la transformación digital de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas	Herrera Rubiano, Nicolas Chacon Benitez, Sebastian	Colombia	2022	Repositorio universidad distrital	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
33	Transformación digital en sistemas de gestión de calidad en empresas tecnológicas, caso Link Wireless	Blandón Lombana, Lina Marcela Vargas Parra, Michael Sneydder	Colombia	2019	Repositorio universidad distrital	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
34	Estado situacional acerca de la teoría, la práctica y enseñanza de la trasformación digital en el mundo	Rodriguez Barrera, Maria Paula	Colombia	2020	Repositorio universidad distrital	Español	Publicación académica	Trabajo de grado
35	La transformación digital, al servicio de las empresas colombianas	Gómez Cruz, Nelson Alfonso	Colombia	2020	Reposiorio Universidad del Rosario	Español	Publicación académica	articulo
36	Transformación digital en las microempresas colombianas en tiempos de pandemia	Herrera Castillo, Luisa Maria Conejo Briceño, Diana Maria Beltrán Beltrán, Gimer Anselmo Valdés Ruiz, Sandra Patricia	Colombia	2020	Repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	TESIS
37	COVID-19 y oportunidad de transformación digital	Gómez Castaño, Laura Tatiana	Colombia	2020	repositorio Universidad Militar	Español	Academica	articulo
38	Gestión de personas y las barreras para innovar en la transformación digital	Cardona Bedoya, Marcela Vaca González, Carolina Valencia Valandia, Mauricio	Colombia	2021	Repositorio Universidad Compensar	Español	Academica	articulo
39	Retos y tendencias de la transformación digital para la empresa colombiana: Desafío de personas no de tecnología	Marulanda López, Luisa María	Colombia	2019	Reposiorio Universidad del Rosario	Español	Publicación académica	articulo

Activar Win

40	Madurez tecnológica de la generación Z: reto de la transformación digital en Colombia	Oscar Armando Mejía-Delgado	Colombia	2022	Google	Spanish	publicacion academica	articulo