



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

Principales disciplinas y competencias digitales
para el emprendimiento en el programa de administración de empresas de la corporación
universitaria minuto de Dios - vicerrectoría regional Orinoquia del año 2021

Thanya Geraldine Baquero Castro

Diana Paola Gándara Rojas

Asesora:

Angélica María Arboleda Ramos

Corporación universitaria minuto de Dios

Facultad de ciencias empresariales

Programa de administración de empresas

2021

Tabla de contenido

I.INTRODUCCIÓN	6
II.RESUMEN EJECUTIVO.....	8
III.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
IV.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
V.OBJETIVOS.....	11
V.1.Objetivo general:	11
V.2.Objetivos específicos:.....	11
VI.JUSTIFICACIÓN	12
VII.MARCO REFERENCIAL Y ANTECEDENTES.....	13
VIII. METODOLOGÍA	26
VX.MUESTRA	27
X.PROCEDIMIENTO	28
XI.ANÁLISIS DE DATOS.....	29
XI.1.Tabulación y análisis de datos generales:	29
XI.2.ANALISIS GENERAL DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE	
XII.ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA CORPORACIÓN UNIVERISTARIA	
XLLL.MINUTO DE DIOS- VICERRECTORÍA REGIONAL ORINOQUIA FRENTE A LAS	
XIV.DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES.	45
XIV.1.Enseñanza y aprendizajes sobre disciplinas y competencias digitales en la	
corporación universitaria minuto de dios _ vicerrectoría regional Orinoquia:	53
XV.ANALISIS ESPECÍFICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS FRENTE A LAS	
DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES.	56
XVL.MALLA CURRICULAR DE ENSEÑANZA SOBRE LAS DISCIPLINAS Y	
COMPETENCIAS DIGITALES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS- VICERRECTORÍA	
REGIONAL ORINOQUÍA.....	63
XVI.I.CONCLUSIONES	68

	3
XVIII.RECOMENDACIONES	69
XIX.BIBLIOGRAFÍA.....	70
XX.ANEXOS	73
XX.1.Emprendimiento:	75
XX.2.Disciplinas y competencias digitales:.....	76
XXI..Enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales en la corporación universitaria minuto de dios- vicerrectoría regional Orinoquía.	84
XXLL.RESUMEN ANALITICO ESPECIALIZADO CON FINES DE PUBLICACION RAE.....	86

FIGURA 1. LAS DIEZ COMPETENCIAS DIGITALES	7
FIGURA 2. ESTUDIO DE COMPETENCIAS DIGITALES EN LA EMPRESA ESPAÑOLA .	16
FIGURA 3. NIVELES DE IMPORTANCIA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN	24
FIGURA 4. REPRESENTACIÓN DE COLORES	28
FIGURA 5. MODALIDAD	29
FIGURA 6. SEMESTRE.....	30
FIGURA 7. EDAD.....	31
FIGURA 8. ORIENTACIÓN SEXUAL.....	32
FIGURA 9. ZONA DE RESIDENCIA.....	33
FIGURA 10. LUGAR DE PROCEDENCIA	34
FIGURA 11. ¿CUENTA USTED CON UN EMPRENDIMIENTO?	35
FIGURA 12. SECTOR ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO.....	36
FIGURA 13. OBJETO SOCIAL.....	37
FIGURA 14. ¿VISUALIZA EL EMPRENDIMIENTO EN UN FUTURO?	42
FIGURA 15. SECTOR AL QUE ASPIRA EL FUTURO EMPRENDIMIENTO	43
FIGURA 16. OBJETIVO SOCIAL DEL FUTURO EMPRENDIMIENTO.....	44
FIGURA 17. MALLA CURRICULAR DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	53
FIGURA 18. ESPACIOS DE PRÁCTICA PARA LAS COMPETENCIAS DIGITALES	54
FIGURA 19. ESPACIOS ACADÉMICOS PARA LA ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE DISCIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES	55

TABLA 1. CÁLCULO DE MUESTRA	27
TABLA 2. OBJETIVO DEL EMPRENDIMIENTO.....	38
TABLA 3. NOMBRES DE EMPRENDIMIENTOS.....	41
TABLA 4. DISCIPLINAS DIGITALES DE ESTUDIANTES	45
TABLA 5. COMPETENCIAS DIGITALES DE ESTUDIANTES.....	46
TABLA 6. DISCIPLINAS DIGITALES DE EMPRENDIMIENTOS.....	56
TABLA 7. COMPETENCIAS DIGITALES DE EMPRENDIMIENTOS	57
TABLA 8. MALLA CURRICULAR DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MODALIDAD PRESENCIAL.....	63
TABLA 9. MALLA CURRICULAR DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MODALIDAD DISTANCIA	65
TABLA 10. MATRIZ DOFA	66

INTRODUCCIÓN

La sociedad del siglo XXI es un nuevo escenario con nuevos entornos laborales y Empresariales de constante Aprendizaje frente a la era digital, la cual se ha vuelto indispensable en las actividades de la población, estudiantes, docentes, empresarios y todos los sectores que abarca la humanidad.

En la actualidad las empresas que no cuentan con competencias digitales establecidas pierden mucha participación en el mercado y nueva era digital, puesto a que se pretende que las empresas que aún no están vinculadas a esta nueva era, emigren e inicien su proceso de posicionamiento en las redes sociales e inviertan en capacitación para las tecnologías y competencias.

Por medio de este proyecto se busca analizar los emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas de la Corporación universitaria Minuto de Dios_ Vicerrectoría regional Orinoquia, para conocer su estado actual de las principales disciplinas y competencias digitales que aplican en sus emprendimientos y cómo aporta el currículo universitario a estos conocimientos competentes para su formación profesional y Empresarial.

Desde este punto de vista se examinará la importancia que le dan a las competencias frente a sus Emprendimientos, si las aplican o no y los conocimientos que tienen frente a estas y de esta manera evaluar falencias con las que cuentan el pensum curricular de Administración de Empresas. Se pretende hacer un fortalecimiento por medio de estrategias para la mejora de las mismas.

Figura 1. Las diez competencias digitales



Fuente:file:///C:/Users/home/Downloads/Estudio__Competencias_Digitales_en__l
a_Empresa_Espa%C3%B1ola_2016.pdf

Las disciplinas digitales son diez y de estas se desenlazan cuarenta competencias digitales las cuales aporta de manera significativa a las empresas ayudando a minimizar procesos internos y agilizar la ejecución de objetivos con distintas estrategias que contribuyen a la transformación digital.

Se realiza inicialmente un análisis general con una muestra de 161 estudiantes y un segundo análisis específico con los 27 estudiantes que cuentan con un Emprendimiento.

RESUMEN EJECUTIVO

En los emprendimientos de la nueva era digital se cuentan con distintas disciplinas y competencias digitales para los procesos Empresariales en la actualidad. Por ello se realiza la investigación de las competencias y disciplinas que se consideran de mayor relevancia e importante en los Emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas de la Corporación universitaria Minuto de Dios_ Vicerrectoría regional Orinoquia, con un tipo de investigación descriptivo y un enfoque cualitativo.

Por medio del instrumento y técnica de recolección de muestra la cual fue una encuesta online, recolectamos la información para tener conocimiento de que estudiantes cuentan con un Emprendimiento actualmente, que competencias son relevantes en su emprendimiento y considera importantes y cuáles no. Con relación a esta muestra se analizó como se encuentran los emprendimientos frente a las disciplinas y competencias digitales, como se encuentran los estudiantes de Administración de conocimientos académicos según la malla curricular de enseñanza y aprendizaje de la Universidad UNIMINUTO para el fortalecimiento de las competencias y disciplinas digitales, cumpliendo así los objetivos generales y específicos.

Por medio de la creación de un modelo de matriz DOFA para el fortalecimiento de estas competencias y disciplinas se construyeron estrategias frente a las debilidades y amenazas de los factores que influyen en la malla curricular y enseñanza de los docentes para afianzar los conocimientos en los estudiantes y puedan ser aplicados a su vida profesional y Emprendimientos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mundo ha pasado por varias crisis económicas, entre ellas el reciente Covid 19 que aún se está batallando , pero con la cual salió a flote el marketing digital y todos los recursos que nos ofrece la web 2.0 para comercialización y venta de productos de una manera más fácil y práctica. Poco a poco las empresas se han unido al mercado virtual puesto a la necesidad que se presenta, pero hay empresas que aún no lo implementan o aún peor, no tienen el conocimiento para hacerlo bien e impulsar su marca.

Con base a lo anterior se pretende analizar las competencias para la implementación del marketing digital en los emprendimientos del programa de administración de empresas, con el fin de hacer un análisis de las desventajas con las que cuenta estos emprendimientos para su autorrealización y posicionamiento en el mercado digital.

Los emprendedores al desarrollar nuevos modelos de negocio, productos innovadores y servicios, incrementan la productividad de la economía y generan más empleo; es por ello que son un factor muy importante para el país, ya que es la base de una economía estable aporta a la reducción del desempleo; Es por ello que los emprendimientos deben ser apoyados al 100% y debe haber un consumo por parte de la población con los productos de la región con el fin de que haya una sostenibilidad y un apoyo de estos y puedan contribuir a la economía y generar empleo.

Por otro lado, los canales de distribución son muy importantes para la sostenibilidad de una empresa, y es muy importante el posicionamiento de la marca en las redes sociales, ya que las personas pasan la mayor parte de su tiempo en sus dispositivos móviles y también se puede decir que es desde donde más consumen otros productos o servicio que ofrecen toda estas nuevas

marcas que ya están en el mercado digital, ya sea alimentos, ropa, tecnología, cosméticos, educación y servicios, ahora puedes encontrar todo muy fácil y solo con un clic está al alcance de tus manos.

Por consiguiente, podemos deducir que para un buen E-commerce y marketing digital en las Empresas se deben aplicar algunas estrategias que sean rentables para el posicionamiento en la industria del comercio electrónico que inicia desde un buen sistema de gestión de contenidos por medio de un community manager (responsable de comunidad de internet), el cual siempre este generando un excelente contenido y excelente producción audiovisual para la atracción de los clientes y nuestro posicionamiento en cada uno de ellos.

De acuerdo con el mayor volumen de datos y el procesamiento de datos en las empresas, el Big Data es una de las disciplinas que ha evolucionado para que las empresas vean la importancia de utilizar métodos efectivos para la gestión de su información, que permitan realizar análisis respecto a los productos y servicios, esto ofrece beneficios empresariales, como el análisis de patrones para el diseño de estrategias de toma de decisiones y de ventas.

Por consiguiente, las instituciones de educación superior deben implementar y transmitir las diversas competencias existentes para emprender de la manera en la que se hace actualmente, actualizando sus conocimientos e información, acomodándose a las necesidades actuales de los consumidores y empresarios, por lo que es muy importante que las instituciones de educación superior estén en constante transformación y actualización, procurando uso de estrategias de marketing que generen un impacto en las mentes de los futuros emprendedores, generando así nuevas perspectivas en los emprendimientos desde la academia con conocimientos actuales del mercado.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo las disciplinas y competencias digitales se perciben en los emprendimientos de los estudiantes del programa de administración de empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Vicerrectoría Regional Orinoquía?

OBJETIVOS

Objetivo general:

Analizar las disciplinas digitales, competencias y su percepción en los emprendimientos de los estudiantes del programa de Administración de empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Vicerrectoría Regional Orinoquía año 2021.

Objetivos específicos:

Determinar la situación actual de los emprendimientos frente a las disciplinas y competencias digitales.

Identificar los emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas para el fortalecimiento de las disciplinas y competencias digitales.

Identificar la malla curricular de enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales de la carrera de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios- Vicerrectoría Regional Orinoquía.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se basó en la relevancia que tienen las competencias digitales específicamente en los emprendimientos con el fin de fortalecer y contribuir con el desarrollo digital de los estudiantes de administración de empresas y en los emprendimientos que tienen actualmente. Se contribuye a una solución por medio de estrategias para fortalecer las competencias digitales en el currículo, así mismo que los estudiantes sean beneficiados adquiriendo conocimientos que desconocen de esta área.

Este proyecto de investigación obedece según los lineamientos de la dirección de investigación de la corporación universitaria Minuto de Dios a la Línea de investigación innovaciones sociales y productivas y a la sub-línea del programa emprendimiento y empresarismo.

En la actualidad se está generando un cambio en la economía con un impacto en todos los sectores productivos, un requisito esencial son las redes sociales y la internet para el funcionamiento en la sociedad, permitiendo desarrollar indicadores de mercado generando ofertas formativas eficaces.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivos determinar la situación actual de los emprendimientos frente a las disciplinas y competencias digitales, identificar los emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas para el fortalecimiento de las disciplinas y competencias digitales e identificar en la malla curricular disciplinas y competencias digitales aplicadas en la carrera de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios- Vicerrectoría Regional Orinoquía.

MARCO REFERENCIAL Y ANTECEDENTES

Las PYMES han evolucionado en gran parte debido a las TICS y los mecanismos por los cuales se puede obtener una comunicación directa por medio de la tecnología y sus ventajas para los nuevos emprendimientos del mercado; Podemos analizar como ha venido cambiando la manera en cómo recibimos la información y en cómo consumimos con tan solo dar un clic a una publicación adquiriendo todo con mayor facilidad. La web 2.0 ha llegado para quedarse, se ha posicionado poco a poco en nuestras mentes y costumbres, enriqueciéndose y mostrándonos una perspectiva más moderna en el ámbito empresarial. Existen variedad de competencias, no hay cifra exacta ya que las organizaciones y marketing día a día crean nuevas estrategias y competencias en el mercado digital, por lo que su lista es muy amplia, pero si podemos clasificar estas competencias digitales en las diez disciplinas digitales más fundamentales, entre ellas: Marketing digital, E-commerce, Big data, Innovación, Comunicación digital, Publicidad digital, Gestión digital, Customer experience, IOT y tecnología wearable, Web y Mobile web.

“Las empresas deben adoptar mecanismos que faciliten el desarrollo de las estrategias digitales con el objetivo de obtener conversiones en el consumidor”.

(Méndez Mónica, 2020)

El marketing digital y su forma de hacer “marketing” es totalmente diferente al marketing convencional con el que se ha crecido y están acostumbrados a ver, pues este marketing busca tener una intercomunicación directa con sus clientes, buscando llegar a su público meta por medio de distintas estrategias y con la ayuda de las TICS; además tiene una ventaja muy buena y

es la minimización de costos en publicidad y alcances orgánicos sin necesidad de grandes inversiones.

Los algoritmos en el marketing digital influyen en gran parte en la toma de decisiones en el momento de la segmentación meta, ciudades y edades, con el fin de reducir el gasto innecesario y obtener un máximo rendimiento del público en publicidad.

Las PYMES en Colombia tiene variedad de productos y servicios de excelente calidad con un alto nivel de innovación y calidad, pero desafortunadamente carecen de una planificación y adecuado manejo de una organización; Es por ello que todos estos recursos que nos trae las competencias digitales es un aporte significativo para que estos emprendimientos logren sostenerse más en el mercado a menor costo y puedan posesionar su marca poco a poco con estas herramientas, sin necesidad de cerrar en su primer año de apertura.

De hecho, el internet revolucionó al mundo, brindo a la humanidad la oportunidad de dar un salto para la tecnología y las telecomunicaciones, contribuyendo al desarrollo universal de la conectividad, una de las actividades que modificó su operación con la llegada del internet, fue la económica, cambió la forma de comunicación a la hora de hacer negocios y la interacción entre quienes ofrecen un producto o servicio y quienes los desean adquirir. (Somalo, 2017)

Las disciplinas y competencias digitales se han vuelto una herramienta fundamental en todas las empresas, ayudándoles a crecer en la economía, fidelizando clientes con distintas estrategias utilizadas para la venta de sus productos y servicios y haciendo más fácil la adquisición de estos por medio de la red.

Dentro de las estrategias digitales en una organización, se busca diseñar un plan estratégico dando funcionamiento a los recursos que nos ofrece el mundo digital, buscando lograr los objetivos de la organización.

Las competencias digitales demandadas hoy en día en las diferentes empresas son aquellas que generan conocimiento y habilidades para contribuir en la transformación cultural y digitalización de una empresa. Las competencias que se desarrollen de forma segura en la empresa, utilizar herramientas y tecnología permitiendo agilizar procesos y mejora en la consecución de diferentes objetivos. Las competencias digitales se dividen en los grupos: Hard y Soft; Los Hard son relativas a conocimientos técnicos, es decir las competencias duras. Las Soft hacen referencia a los procesos para incorporar la tecnología tiene como eje las relaciones interpersonales, refiriéndose al trabajo en equipo, la creatividad y entre otras.

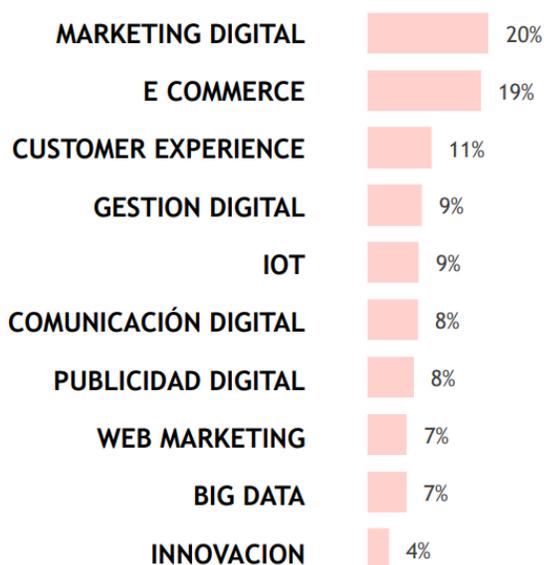
Conocer el mercado y los clientes potenciales es fundamental pero hoy en día es importante como emprendedor tener habilidades digitales, de esta manera cuando hablamos de negocios digitales, es necesario integrar diversos factores que son claves para el cambio de los negocios tradicionales.

Según Avendaño Ayestarán (2016) “Las fuerzas del cambio digital impactan principalmente 4 dimensiones: consumidores, empleados, productos y empresas” (p. 461).

Las competencias digitales de marketing más buscadas en las empresas está en captar y fidelizar clientes, estrategias orientadas a la innovación digital es una de las más demandadas para la toma de decisiones y ampliar el desarrollo de nuevas herramientas digitales y sociales, tener estrategias tecnológicas y específicas para gestionar el relacionamiento con los clientes, disponer de planes de marketing para ser fijado y trabajar sobre ese plan diseñado, diagnosticar las experiencias de compra del cliente o consumidor, dominar técnicas de SEO y SEM para un mejor posicionamiento.

Según un estudio hecho por una empresa española estas son las disciplinas consideradas más relevantes por los directivos:

Figura 2. Estudio de competencias digitales en la empresa española



Fuente: sitio:file:///C:/Users/home/Downloads/Estudio__Competencias_Digitales_en_la_Empresa_Espa%C3%B1ola_2016.pdf

Se observa que el marketing digital es de más relevancia con un 20% y la innovación de menor relevancia con un 4%.

La implementación del marketing digital en el emprendimiento tiene beneficios, para ser visible en el mercado esto ayudará en todas las fases de un emprendimiento optimizando gastos y conocer la viabilidad de un proyecto, avivar el interés en el público objetivo, localizar partes e inversores, presentar el producto, expandir y posicionar su marca.

Entre las disciplinas el E-Commerce busca ampliar los canales de venta de una organización, convirtiéndose en una de las competencias electrónicas más practicada y en tendencia a nivel global por lo que el E-commerce se define como cualquier negocio que ocurre a través de plataformas electrónicas.

“Según la cámara colombiana del comercio electrónico (CCCE), las ventas online representan al 1,5% del PIB Nacional en la actualidad, y es un sector que

tenderá a crecer con el tiempo ya que su potencial es enorme” (Politécnico Nacional de Colombia, 2021)

Los consumidores (clientes), demandas de una manera que se realiza una transformación digital, ya no solo se debe cubrir la necesidad y satisfacción en el producto, sino también se debe facilitar el proceso de compra electrónica, generar estrategias para atrapar al cliente y generar ventas de una manera más eficiente sin dejar enfriar al cliente en su impulso de compra.

El E-Commerce permite una internacionalización de nuestra marca y producto, desarrolla nuevas capacidades tecnologías y logísticas para la posibilidad de entregar en cualquier parte del mundo. “El E-commerce se ha diferenciado tradicionalmente de acuerdo a las partes que llevan a cabo la transacción. A continuación, se nombrarán las modalidades del E-commerce de acuerdo al autor Somalo (Somalo, 2017)”

- B2C (Negocio a consumidor)
- B2B (Negocio a negocio)
- C2C (consumidor a consumidor)
- B2B2C (Negocio a Negocio a consumidor)
- P2P (Economía colaborativa peer o peer)
- B2E (Negocio a Empleados)
- G2C (Gobierno a Ciudadanos)
- G2B (Gobierno a Negocios)

El Big Data ha tenido popularización debido a su uso por las grandes compañías de las tecnologías de la información, mejorando las demandas electrónicas (ventas on-line) de sus clientes e intentando orientar las compras de manera que estén dirigidas al cliente siendo más próximas y amigables.

Tipos de datos del Big Data según IBM,2014; Web and Social Media es la información obtenida de las redes sociales; Machine to Machine (M2M) tecnología que permite conectarse a otros dispositivos a través de redes inalámbricas, alámbricas o híbridas; Big Transaction Data son datos de transacciones masivas de atención telefónica, de banca, de atención a clientes y entre otras; Biometrics son los datos biométricos importantes para los gobiernos y servicios de inteligencia; Human Generate son datos digitales generados por las personas como los correos electrónicos, multas y otras.

La Innovación es muy importante en cualquier organización o emprendimientos que estén iniciando, ya que hay que marcar un factor diferenciador entre un producto o un servicio de excelente calidad y distinto a lo que se encuentra en el mercado, siempre agregando un valor agregado. No solo en el producto que va directamente al consumidor, también en el servicio, en una buena atención y ofreciendo siempre una experiencia única y acogedora para atrapar de una manera creativa a los clientes. Para vender mucho se inicia siempre por la calidad y experiencia, solo así el cliente volverá a consumir. En el mercado existen cuatro tipos de innovación los cuales se ven reflejados en el producto, proceso, mercadotecnia y de organización.

En cuanto a la comunicación digital también es parte fundamental para las empresas actualmente debido a la eficacia de los métodos y herramientas utilizados para la trasmisión de mensajes por medios digitales de forma rápida, permitiendo la interacción entre los diferentes colaboradores de una empresa y así mismo de intercambio de información con los clientes. Las técnicas más utilizadas más utilizadas por la mayoría de empresas son el texto, las imágenes, los videos y las animaciones.

La tecnología está en constante evolución debido a esto hace que la comunicación esté en un cambio constante, existen ciertas herramientas básicas de la comunicación digital como el

sistema de las plataformas online, redes sociales, herramientas de análisis de visitas, aplicaciones móviles que permiten una navegación rápida en tabletas y celulares desde cualquier lugar, diferentes medios para transmitir información desde redes sociales hasta blogs, herramientas de gestión digital con características más concretas, en función de la actividad de cada empresa, aparte de estas herramientas existen otras más que pueden utilizarse de acuerdo a los objetivos de cada empresa, dependiendo del mensaje que se desee comunicar.

La publicidad digital tiene siempre relación con la comunicación digital, debido a su forma de divulgar una marca y sus productos o servicios por medio de canales o dispositivos, además de promocionar, permite conectar con el público objetivo y una relación con los consumidores.

Para todo proceso debe haber una planificación y en este caso una buena gestión digital que nos permita alcanzar las metas propuestas. Estas son estrategias de transformación en la cual también se identifica su secuencia en los procesos con el fin de minimizar tareas que permitan una disminución de tiempo y costos. Es un modelo orientador del proyecto en marcha para obtener resultados óptimos. Se recomienda hacer una planeación estratégica para identificar la secuencia de los procesos y se obtenga una guía de los procesos administrativos del proyecto.

Por otro lado se presentan algunos objetivos digitales para su correcto funcionamiento, estamos en una era digital en la cual se ha incrementado en consumo de contenidos digitales, es por ello que este proceso se divide en tres subprocesos los cuales son:

Captura: Consiste en la creación de contenidos (metadatos, agregación, relaciones, edición)

Administración: Consiste en el monitoreo de los objetivos digitales (Aspectos operacionales y su ejecución, promover herramientas y permisos).

Entrega: Presentación de los objetivos (Personalización, visualización, reportes, componente social.

Customer experience (Experiencia del cliente): Una palabra clave para un emprendimiento en la era digital es la experiencia que se lleva cada cliente y nuevo consumidor que llega. Las empresas digitales deben ser competentes en este aspecto y deben ser capaces de ofrecer una experiencia holística, innovadora y original, ya que esta es una parte esencial en los clientes y una entrada a atraer nuevos consumidores y fidelizar a los clientes actuales.

Para tener una buena experiencia con un cliente se deben implementar distintos canales y herramientas digitales los cuales ayuden al proceso de atención de manera eficiente, aplicando un toque de originalidad e innovación en este proceso, dando así un valor agregado que marquen al cliente. La creación de experiencias digitales es un reto para cualquier empresa, pues esta es la primer impresión que se llevara el consumidor y por una de las cuales decidirá quedarse. Esta creación siempre debe estar en constante cambio ya que también hay cambios en los comportamientos del consumidor y en el mercado digital.

Cuando hablamos de estrategias hablamos de un constante “prueba y error”, no existe una formula exacta para realizar marketing, una estrategia perfeccionada para atraer más clientes, la mejor practica digital es probar para saber si funcionará o no.

A finales de los 90's con grandes avances tecnológicos que se conecta el mundo resurge un término IOT “Internet de las cosas”, esto hace referencia a la tendencia constante de conectar todo tipo de objetos físicos a internet, con esta tecnología es posible conectar las cosas del hogar, gestionando y administrando de manera remota dispositivos prácticos como las puertas, ventanas, electrodomésticos y entre otros, así mismo pueden mejorar la vida cotidiana de las personas y entornos empresariales. Cualquier objeto podría ser conectado a internet e interactuar sin

necesidad de un humano, el objetivo es una interacción de máquina a máquina, conocido como M2M (Machine to Machine) o dispositivos M2M.

En las plantas de producción se utiliza la IOT, para realizar mantenimiento preventivo y analizar datos, en el sector de salud se utiliza para monitorizar las constantes de un paciente y actuar antes que se presente una situación crítica, en el hogar con las “SmartHouse”, encender luces antes de llegar a casa.

Los “Wearables” es una de las tecnologías más utilizadas hoy en día, esto registra lo que comemos, monitoriza nuestro ritmo cardiaco, nos da aviso del nivel de estrés, son todos aquellos que forman parte de nuestra imagen como relojes, dispositivos que se pueden incorporar en la ropa y saben sobre nuestra salud, por ejemplo las zapatillas que cuente los kilómetros que recorre una persona o al cuerpo como los Smartwatches.

Los relojes son los dispositivos más exitosos, el modelo líder del mercado alcanzó en el último cuatrimestre de 2018 unas ventas de 10,4 millones de unidades, según un informe de IDC (International Data Corporation).

Web y Mobile web hace referencia a una competencia digital la cual es creada para que el usuario pueda acceder desde cualquier lugar siendo un beneficio y una cualidad su movilidad y accesibilidad. ¿La web móvil para qué sirve? Esta se encarga de informar, lograr una participación y contacto con el cliente ya sea por foros, chats o Gmail y también capta y fideliza al cliente, le da una mejor cara y mayor credibilidad al emprendimiento.

Puedes decidir entre una App o una página web, su diferencia es que la App Mobile tiene la necesidad de ser instalada en el dispositivo, mientras que la página web se difunde de manera más fácil por medio de un enlace.

- ✓ Ventajas de una web Mobile:
 - Inmediatez
 - Compatibilidad rápida actualización
 - Se encuentran fácilmente,
 - Fácil de compartir
 - Una web Mobile puede ser una APP
 - Tiempo y coste, soporte y mantenimiento.

- ✓ Ventajas de una App Mobile:
 - Interactividad
 - Cálculos o informes complejos
 - Funcionalidades nativas de los dispositivos
 - No siempre requiere conexión

Las pocas oportunidades laborales en el país han impulsado grandes Emprendimientos y Emprendedores, quienes buscan oportunidades en el mercado satisfaciendo las necesidades insatisfechas de los clientes y consumidores.

Estos nuevos Emprendimientos se han apoyado de competencias digitales que los ayuda a surgir en esta era digital en donde varios mercados se mueven por medios digitales posicionándose y ganándose la credibilidad y confianza de los usuarios. Los medios digitales son esenciales y aportan al crecimiento de los emprendimiento, ya que por este medio podemos lograr un mayor alcance con estrategias de marketing digital, también podemos realizar publicidad con alcances orgánicos y por medio de la pauta a un bajo costo. No obstante, las ventas en línea también es algo positivo para la empresa, existen variedad de sitios digitales que brindan la oportunidad de vender en línea como lo es Amazon, Marketplace, Mercado libre o por la misma pagina web o

red social del Emprendimiento, las cuales han tenido mucho éxito en América latina por su concurrencia.

Por consiguiente, esta investigación se centraliza en las competencias de los Administradores y futuros Empresarios, analizando sus conocimientos frente a estas disciplinas y competencias digitales, con el fin de retroalimentar fortaleciendo sus falencias e investigando como influye y aporta el método de enseñanza por medio de los currículos a esta área. Esta habilidad es esencial para la evolución educativa, profesional, empresarial y social ya que influye en gran parte de las actividades cotidianas.

En el siguiente contexto se recalca la importancia de las competencias digitales en un Emprendimiento, ya que ayuda y favorece en la toma de decisiones, ya que son sistemas de información que buscan obtener información relevante para la mejora continua de manera automatizada, que favorece bastante en el momento de tomar una decisión importante para la Empresa.

Si traducimos estas funciones a las empresas, son muchas las tareas que se encuentran automatizadas por estos sistemas de información (Infante-Moro, Martínez-López e Infante-Moro, 2015): facturación, contabilidad, gestión de tesorería, gestión de stocks, contabilidad de costes, gestión de recursos humanos, nóminas, contabilidad presupuestaria, gestión de clientes, ... , lo que facilita la toma de decisiones dando utilidad a la información procesada (Infante et al, 2014, Competencias digitales en las empresas del sector financiero Española).

En España se realiza una investigación sobre la importancia de los sistemas de información y la informática en las Empresas Financieras Españolas, la cual arroja unos resultados donde se aprecia la dependencia del sector financiero en los sistemas de información.

Figura 3. Niveles de importancia de los sistemas de información

NIVEL DE IMPORTANCIA	EMPRESAS ESPAÑOLAS		EMPRESAS FINANCIERAS	
	2001-02	2011-12	2001-02	2011-12
Imprescindible	67,59%	69,83%	86,67%	89,25%
Mucha	24,30%	19,46%	11,11%	8,60%
Normal	6,58%	9,00%	2,22%	2,15%
Poca	1,27%	0,73%	-	-
Ninguna	-	-	-	-
No Contesta	0,25%	0,97%	-	-

Tabla 2. Percepción de la importancia de la Informática y de los Sistemas de Información en las empresas españolas y sus empresas financieras.

Fuente: Sitio: file:///C:/Users/home/Downloads/157-471-1-PB.pdf

Podemos analizar que es completamente imprescindible y completamente necesario los sistemas de información para las Empresas Financieras más que para las Empresas Españolas pero aun siendo relevante también según la investigación.

En el nuevo entorno de la era digital el saber hacer es un recurso intangible importante para una organización y poder subsistir en el mercado del siglo XXI. Las competencias digitales son cada vez más requeridas por todo tipo de empresas.

Los recursos se clasifican como recursos tangibles e intangibles, si bien «los procesos de generación de valor en la empresa cada vez están más asociados a sus recursos intangibles» (Villafañe, 2012, pág. 101).

En la universidad Zaragoza España se realizó una investigación analizando la incorporación de las competencias digitales en las rutinas de trabajo de las empresas Españolas, esta investigación muestra como resultados que el ahorro en costes y la eficiencia en la gestión

están vinculadas con el uso de la tecnología, esto es un valor que se exige hoy en día en todo el personal de las actuales empresas digitalizadas y quien no disponga de un nivel medio en estas competencias tiene un cierto riesgo de quedar aislado del mercado laboral en un mundo más tecnológico y cambiante.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación es probabilístico con un muestreo aleatorio simple/Muestreo simple al azar cuantitativo. Se recolectaron datos por medio de un instrumento online a determinada población y de esta manera analizar e identificar las predicciones, obteniendo asimismo resultados sobre las competencias digitales en los Emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios-Vicerrectoría regional Orinoquia.

MUESTRA***Tabla 1.*** Cálculo de Muestra

Tamaño de población:	885
Margen de error:	7%
Nivel de confianza:	93%

Fuente: Elaboración propia

PROCEDIMIENTO

La información se recolectó por medio de una encuesta elaborada en google drive, la cual se difundió por medio del coordinador del programa de administración de empresas, docentes de la carrera y estudiantes, los cuales fueron la principal fuente para la recolección de datos.

Una vez recolectados los datos, se procede a la tabulación de cada una de las preguntas realizadas, de la cual se analizaron las respuestas dadas por estudiantes y emprendedores, sacando dos análisis uno general de los 161 estudiantes y uno específico de los 27 emprendedores.

Se identificó en una tabla donde se señalan las disciplinas y competencias con los porcentajes de mayor importancia tenían y las competencias y disciplinas que menos relevancia tenían para los estudiantes; siendo el color verde representativo de muy relevante y rojo como poco relevante.

Figura 4. Representación de colores

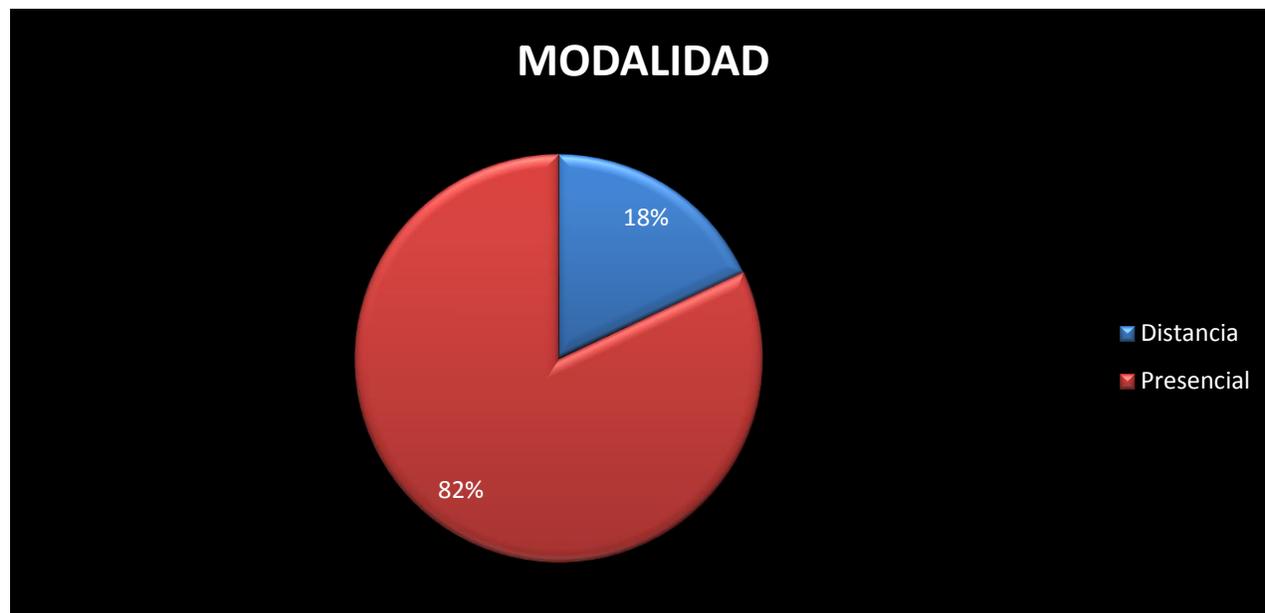


Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS DE DATOS

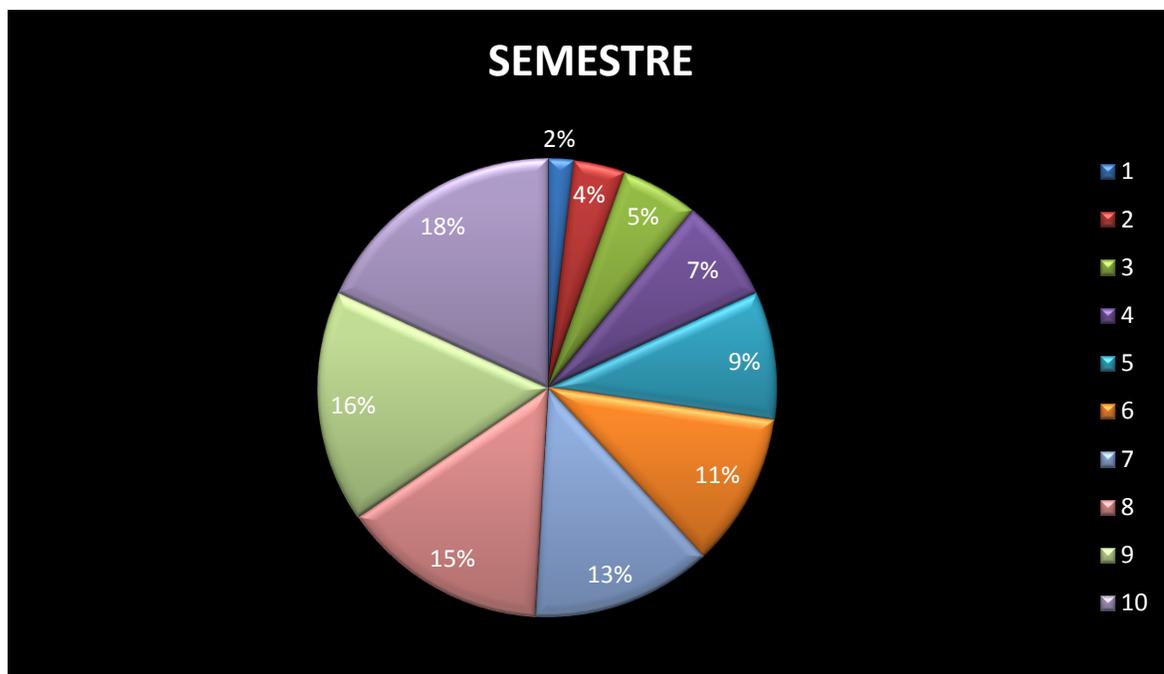
Tabulación y análisis de datos generales:

Figura 5. Modalidad



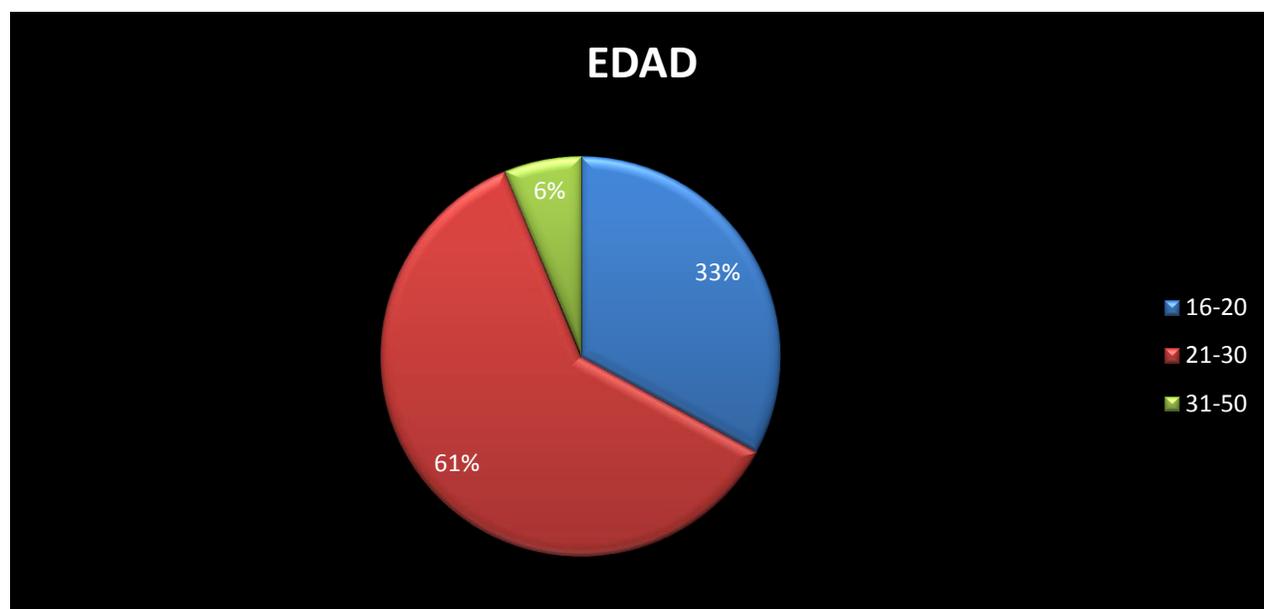
Fuente: Elaboración propia

Como observamos en la gráfica el 18 % de los estudiantes de Administración de Empresas es de modalidad distancia, mientras que el 82% son de modalidad presencial.

Figura 6. Semestre

Fuente: Elaboración propia

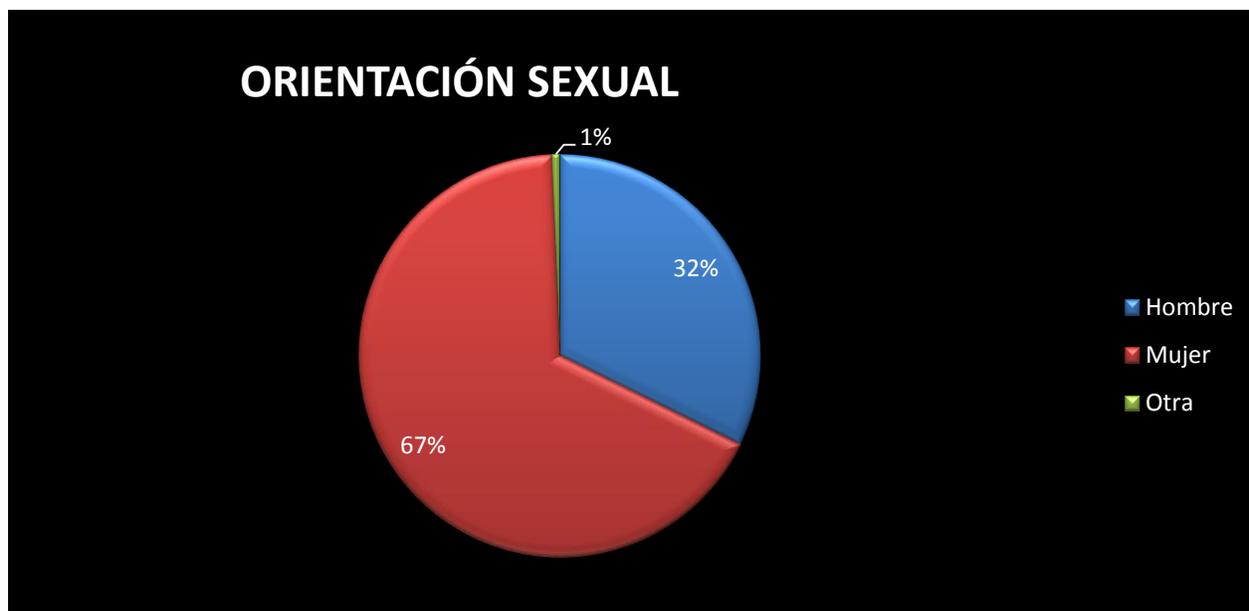
En la gráfica podemos observar que la mayor parte de los estudiantes cursan el último semestre de Administración de empresas, siendo el 18%, mientras que solo el 2% está cursando el primer semestre. Se destaca que participaron estudiantes de todos los semestres académicos.

Figura 7. Edad

Fuente: Elaboración propia

Podemos apreciar que la población se encuentra en un rango de edad de lo 21 años a 30 años con un 61%, mientras que un 33% de la población se encuentra entre los 16 años a 20 años, y un 6% se encuentra entre los 31 años y 50 años de edad.

Figura 8. Orientación sexual.



Fuente: Elaboración propia

Podemos apreciar que un 67% Administración de Empresas son mujeres, un 32% caballeros y un 1% hace parte de la comunidad LGTBI..

Figura 9. Zona de residencia



Fuente: Elaboración propia

Podemos analizar que un 88% de la población reside en zona urbana, mientras que un 12% en zona rural.

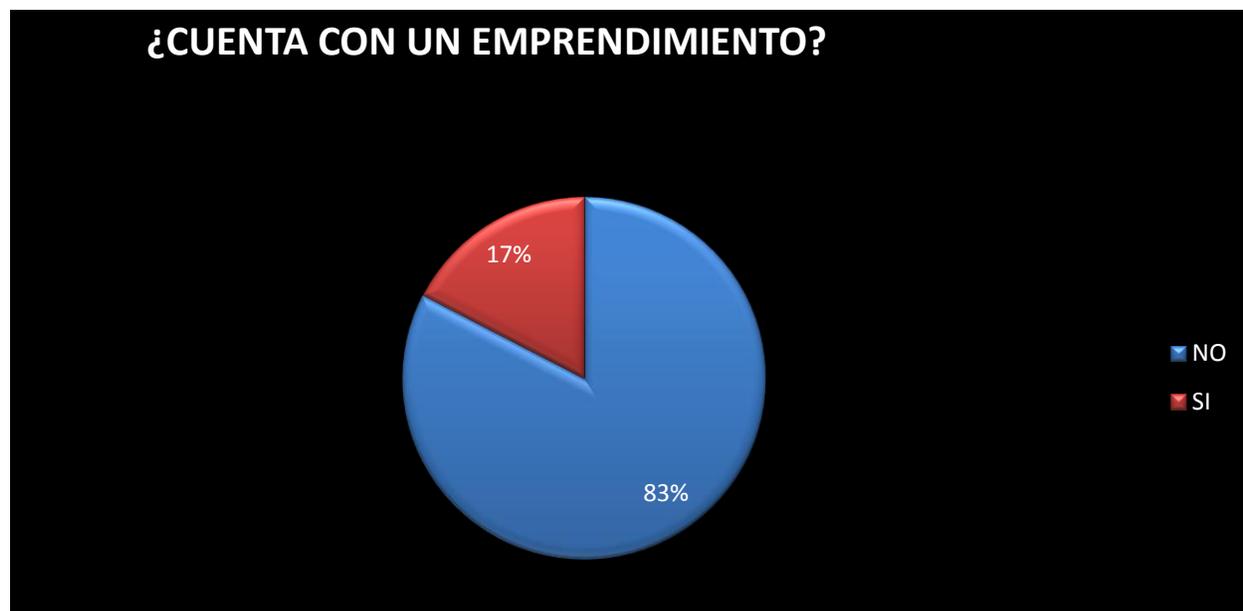
Figura 10. Lugar de procedencia



Fuente: Elaboración propia

El 89% de los estudiantes de Administración de Empresas son del Departamento del Meta (lugar de procedencia), mientras que el otro 11% se distribuyen entre otros departamentos de Colombia.

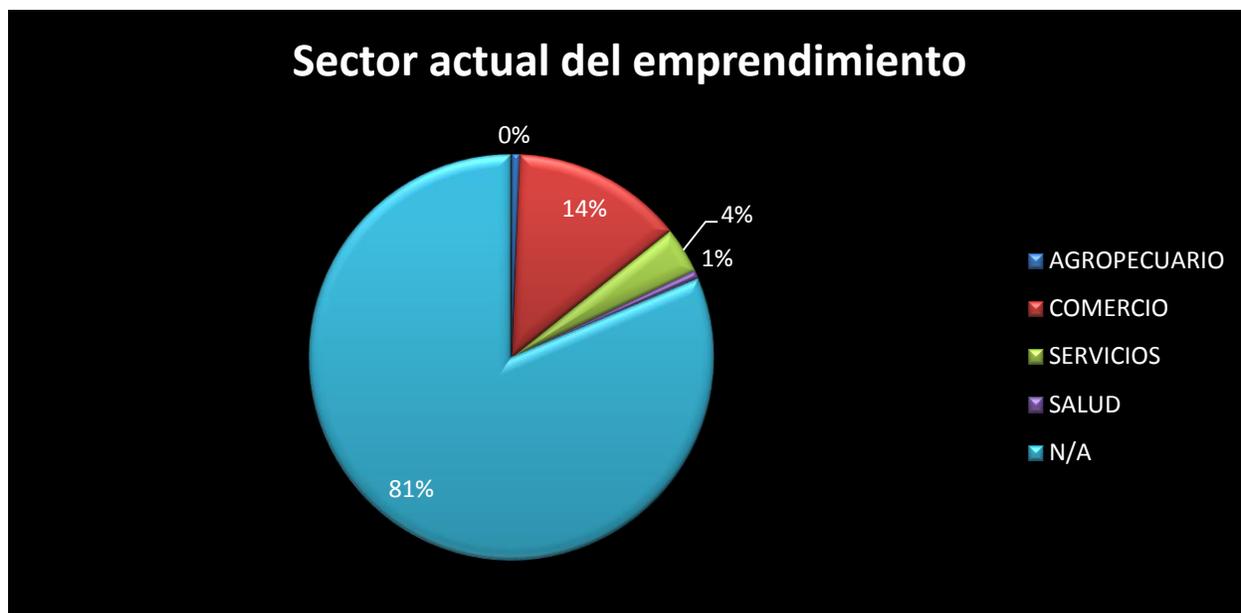
Figura 11. ¿Cuenta usted con un emprendimiento?



Fuente: Elaboración propia

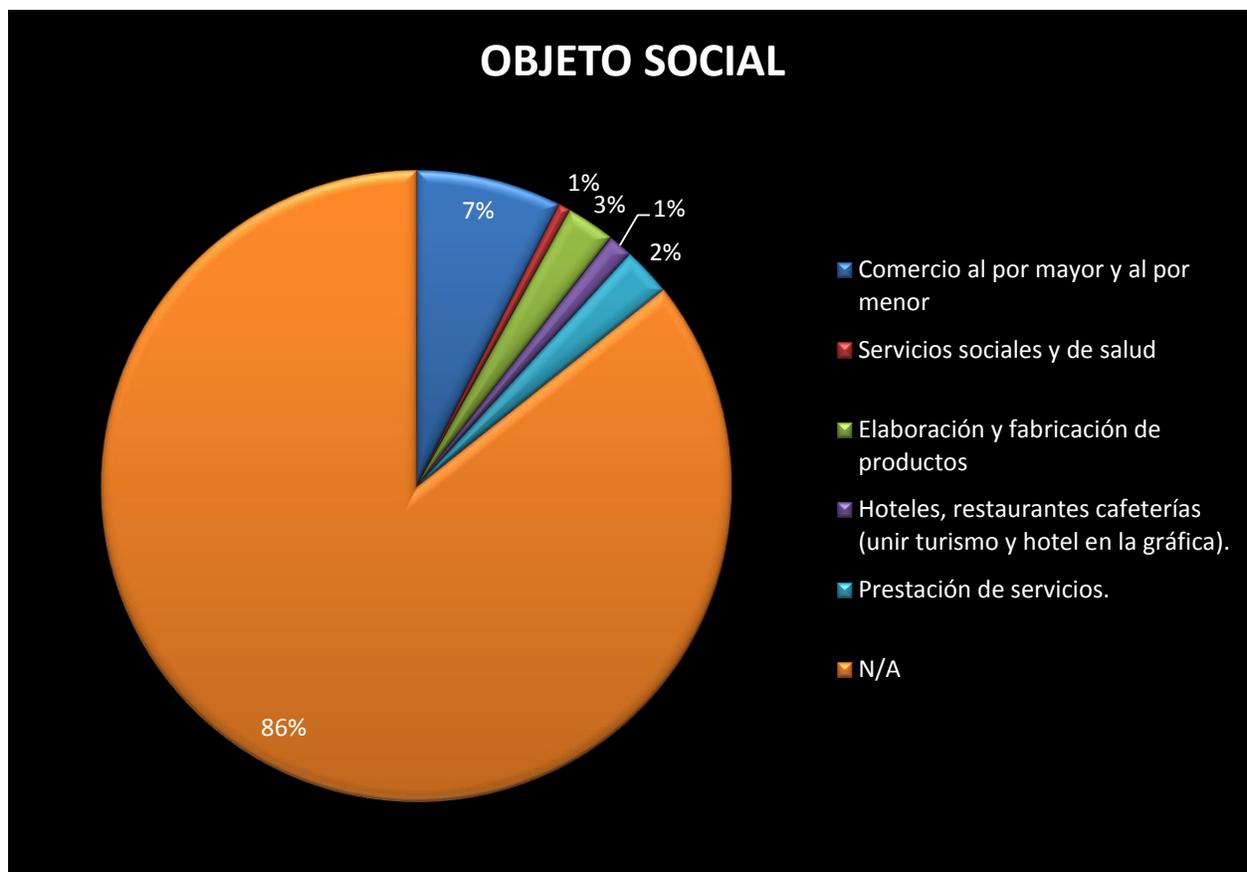
El 83% de los estudiantes no cuentan con un emprendimiento actualmente, mientras que el 17% si cuentan con un emprendimiento.

Figura 12. Sector actual del emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

Como podemos analizar en la gráfica, un 14% de los estudiantes pertenecen al sector comercio en su emprendimiento. Mientras que el otro 4% aplica al sector de servicios, el sector de salud con un 1% mientras que el 81% no aplica a ningún sector.

Figura 13. Objeto social

Fuente: Elaboración propia

Como podemos analizar en la gráfica un 86% de la población estudiantil no cuenta con objetivo social del emprendimiento, mientras que el 7% hace parte del sector comercial al por mayor y al por menor, el 3% a fabricación y elaboración de productos, un 2% a prestaciones de servicios, el 1 % a servicios sociales y de salud y un 1% hotelería, restaurantes, cafetería y el sector de turismo.

1. Descripción del objetivo del emprendimiento:

Tabla 2. Objetivo del emprendimiento

Acompañamiento a organizaciones que deseen implementar herramientas como sistemas o modelos de gestión
Atender al comercio libremente
Comercialización de productos como ropa, calzado y accesorios para toda la familia en la ciudad de Villavicencio
Comercializar productos básicos
Cosméticos
El objetivo de jeriu__swimwear es que al pasar de Los meses seamos una empresa legal constituida que podamos brindar empleo a muchas personas con ventas mayoristas, que podamos mantenernos en el mercado como una de las mejores marcas y exclusivas del país.
El objetivo de la empresa es satisfacer los gustos de las personas y que puedan lucirlos en sus prendas y accesorios
Empresa llanera dedicada al turismo, senderismo y deporte en la naturaleza, conoce las bellezas naturales a tu alrededor. Descubre como las emociones despiertan tu deseo de superación. Despeja tu mente y motiva tu imaginación.
Es un pequeño emprendimiento para la cría de pollos de engorde, gallinas ponedoras.
Generar ventas
Hacer que las personas realicen sus proyectos
Incrementar las ventas mejorar las instalaciones y la calidad de vida de mi familia y las personas que laboran con migo.
Mercado a domicilio

<p>Mi madre es auxiliar de odontología y yo hice la inversión del consultorio en donde contamos con distintos especialistas que prestan el servicio a los pacientes, la diferencia es que MEDICAR ODONTOLOGÍA SOCIAL maneja valores económicos pero realizamos tratamientos de alta calidad, hacemos labor social con adultos mayores de poblaciones vulnerables o en condición de abandono regalando sonrisas(prótesis).</p>
<p>Ofrecer en el mercado los mejores productos y precios posibles para la comodidad de los consumidores en general.</p>
<p>Satisfacer necesidades</p>
<p>Seguridad vial</p>
<p>ser reconocido a nivel mundial e internacional</p>
<p>Servir y satisfacer las necesidades</p>
<p>Servirle a la sociedad de la mejor manera</p>
<p>Solución de problemáticas</p>
<p>Suministrar productos de calidad y con precios cómodos, se prestará servicio técnico, asesorías. Además se ampliará el portafolio de productos encaminados al área agroindustrial, estructural y automotriz)</p>
<p>Supermercado</p>
<p>Te invitamos a que sigas nuestro negocio donde encontraras el mejor estilo las mejores marcas en Mono Store</p>
<p>Tratar de llegar a muchas personas para con nuestros productos poderles brindar algo delicioso en cada momento agradable</p>
<p>Vendo fresas decoradas</p>
<p>Venta comidas rápidas</p>

Venta de accesorios para dama
Venta de ropa personalizada
Venta de tortas y fresas achocolatadas
Venta de zapatillas deportivas
Zumo de naranja 100% natural

Fuente: Elaboración propia

En el análisis se muestran dos tipos de objetivos, el empresarial, los objetivos personales del emprendedor. A nivel empresarial se destaca la prestación de servicios profesionales y de salud y la comercialización de productos básicos, complementarios y de lujo. Y entorno a los objetivos del emprendedor es posicionar su proyecto en el mercado y la generación ingresos.

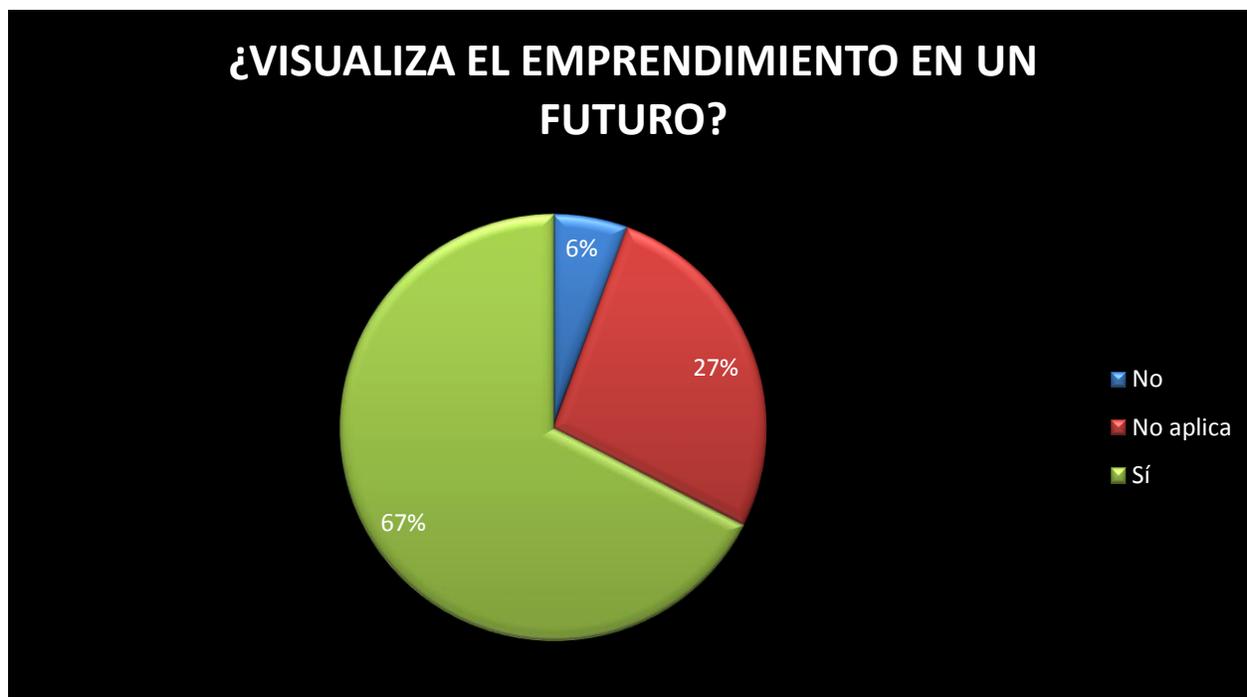
2. Nombre del Emprendimiento:

Tabla 3. Nombres de Emprendimientos.

ORGANIC_HAIR_1213
Salsamentaría la finca
EauFragance
Caminantes y Aventureros tours sas
Infinito Deseo
Elaeis by PAC
Infinito Deseo
MEDICAR ODONTOLOGÍA SOCIAL
Mono Store
AgroPollo
Hotel Canaguaro Gaitan
El zumo 100%natural
CupcakesStoreD t
Neptunoshop2
El zumo 100%natural
CupcakesStoreD t
Cuentas jeins
Sepu SAS
Papeleria MAKALIS
SINYTEL
Jeriu__swimwear
Elaeis by PAC
Fresas magia y amor
Supermercado la granja
PAOMAT

Fuente: Elaboración propia

Figura 14. ¿Visualiza el emprendimiento en un futuro?



Fuente: Elaboración propia

Como podemos ver en la gráfica un 67% de los estudiantes que no cuentan con un emprendimiento actualmente, se visualizan emprendiendo en su proyecto de vida, un 6% no se visualiza emprendiendo y un 27% no está seguro.

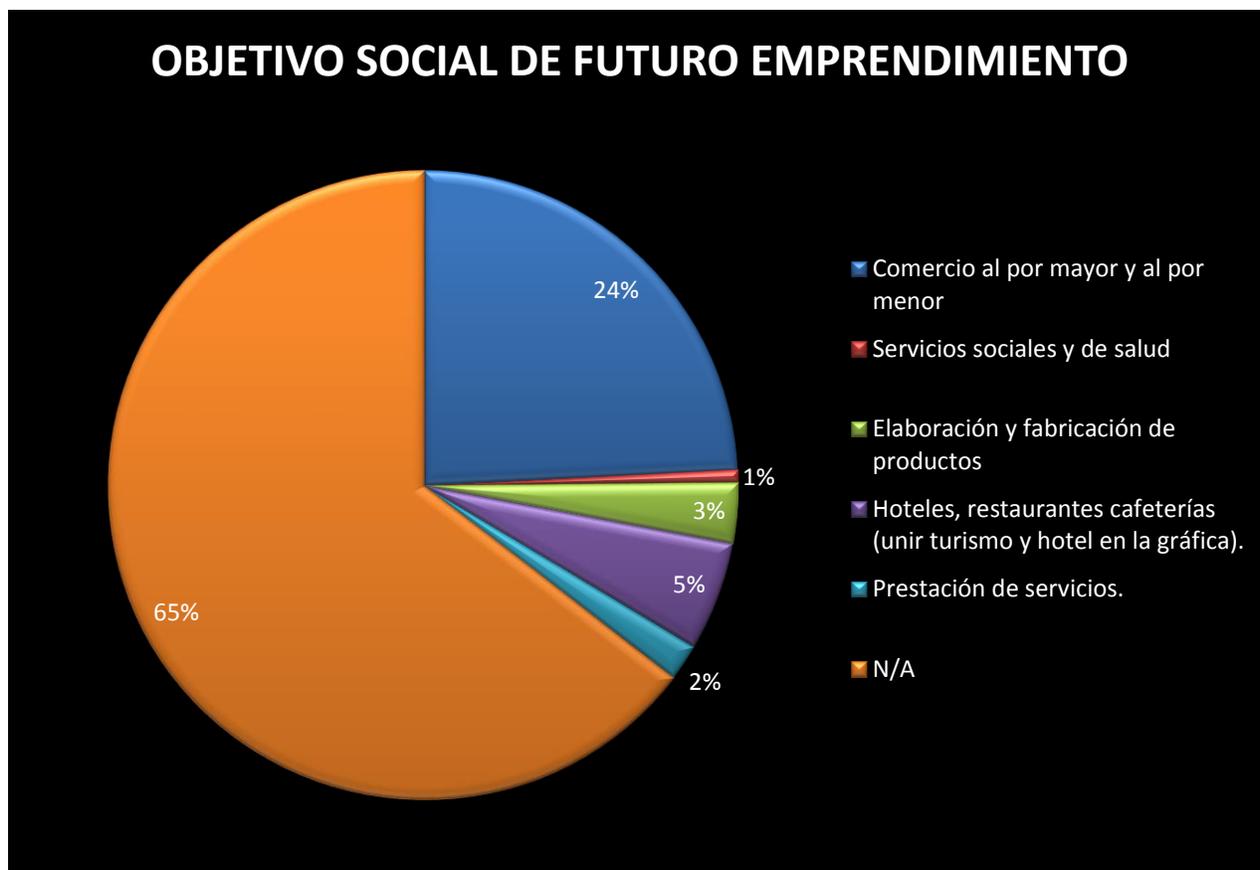
Figura 15. Sector al que aspira el futuro emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

Los aspirantes de futuros emprendimientos prefieren enfocarse en el sector del comercio con un 43%, mientras que un 9% aspira al sector de industria, un 4% prefiere el sector agropecuario, un 16% al sector de servicios, un 1% al sector de salud y un 27% no aspira a ningún sector en un futuro.

Figura 16. Objetivo social del futuro emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

Los estudiantes de Administración de Empresas de Vicerrectoría regional Orinoquia que aún no cuentan con emprendimientos el 65% no tiene un objetivo claro del futuro emprendimiento o no tiene en sus planes emprender, mientras que un 24% desea enfocarse a futuro en el comercio, un 5% en hotelería y restaurantes, un 3% en elaboración y fabricación de productos, un 2% en prestación de servicios y un 1% en servicios sociales o de salud.

**ANALISIS GENERAL DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS- VICERRECTORÍA REGIONAL
ORINOQUIA FRENTE A LAS DICIPLINAS Y COMPETENCIAS
DIGITALES.**

Disciplinas que se considera relevante y poco relevante en los Emprendimientos según la muestra de 161 estudiantes de Administración de Empresas de la corporación Universitaria Minuto de Dios- Vicerrectoría regional Orinoquia.

Tabla 4. Disciplinas digitales de Estudiantes

MUY RELEVANTE E-commerce	48%
POCO RELEVANTE- No responde E-commerce	23%
POCO RELEVANTE E- commerce	29%
MUY RELEVANTE Publicidad digital	48%
No sabe- No responde Publicidad digital	19%
POCO RELEVANTE Publicidad digital	33%
MUY RELEVANTE Comunicación digital	45%
POCO RELEVANTE - No responde Comunicación digital	24%
POCO RELEVANTE -Comunicación digital	31%
MUY RELEVANTE web y mobile web	43%
No sabe- No responde web y Mobile web	27%
POCO RELEVANTE -web y mobile web	30%
MUY RELEVANTE Big data	32%
No sabe- No responde Big data	40%
POCO RELEVANTE- Big data	28%
MUY RELEVANTE- Gestión digital	39%
No sabe- No responde Gestión digital	34%
POCO RELEVANTE Gestión digital	27%
MUY RELEVANTE Marketing digital	47%
No sabe- No responde Marketing digital	22%
POCO RELEVANTE- Marketing digital	31%
MUY RELEVANTE Customer experience	41%
No sabe- No responde Customer experience	32%
POCO RELEVANTE- Customer experience	27%
MUY RELEVANTE- IOT y wearable	34%
No sabe- No responde IOT y wearable	37%
POCO RELEVANTE- IOT y wearable	29%
MUY RELEVANTE Innovación	49%
No sabe- No responde Innovación	22%
POCO RELEVANTE- Innovación	29%

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla que la disciplina con mayor relevancia en los emprendimientos según los estudiantes es la innovación con un 49%, las siguientes con un 48% de relevancia en los emprendimientos es el e-commerce y la publicidad digital.

Se observa en la tabla que las disciplinas que menos relevancia en los emprendimientos según los estudiantes con un 31% son la comunicación digital y el marketing digital.

1.1 Competencias que consideran importantes según la muestra de los 161 estudiantes del programa de Administración de Empresas de la corporación universitaria Minuto de Dios – Vicerrectoría regional Orinoquia.

Tabla 5. Competencias digitales de estudiantes

Importante [Tener un plan de marketing digital]	14%
Muy importante Tener un plan de marketing digital	81%
Poco importante [Tener un plan de marketing digital]	1%
No sabe - No responde [Tener un plan de marketing digital]	4%
Importante [Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales]	25%
Muy importante [Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales]	68%
No sabe - No responde Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales]	6%
Poco importante [Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales]	1%
Importante [Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales]	21%
Muy importante [Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales]	72%
No sabe - No responde[Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales]	6%
Poco importante [Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales]	1%
Importante [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	27%
Muy importante [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	63%

Nada importante [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	1%
No sabe - No responde [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	7%
Poco importante [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	1%
Importante [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	21%
Muy importante [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	70%
Nada importante [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	1%
No sabe - No responde [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	7%
Poco importante [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	1%
Importante [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	22%
Muy importante [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	69%
Nada importante [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	1%
No sabe - No responde [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	7%
Poco importante [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	1%
Importante [Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes]	22%
Muy importante [Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes]	73%
No sabe - No responde [Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes]	4%
Poco importante [Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes]	1%
Importante [Aprovechar las tecnología de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes]	22%
Muy importante [Aprovechar las tecnología de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes]	73%
No sabe - No responde [Aprovechar las tecnología de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes]	4%
Poco importante [Aprovechar las tecnología de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes]	1%
COMPETENCIAS DE E-COMMERCE	
Importante [Tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal]	27%
Muy importante [Tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal]	67%
No sabe-no responde [Tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal]	6%
Importante [Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta)	33%
Muy importante [Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta)	60%
No sabe - No responde [Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta)	7%
Poco importante [Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta)	1%

Importante [Integración de las redes sociales en el proceso de venta online]	27%
Muy importante [Integración de las redes sociales en el proceso de venta online]	67%
No sabe - No responde [Integración de las redes sociales en el proceso de venta online]	6%
Importante [facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.]	25%
Muy importante [facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.]	70%
No sabe - No responde [facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.]	6%
Importante [Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	33%
Muy importante [Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	60%
No sabe - No responde [Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	7%
Poco importante [Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	1%
Importante [Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	29%
Muy importante [Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	65%
No sabe - No responde [Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	6%
Poco importante [Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	1%
Importante [Digitalización de la gestión de la red comercial]	29%
Muy importante [Digitalización de la gestión de la red comercial]	64%
No sabe - No responde [Digitalización de la gestión de la red comercial]	6%
Poco importante [Digitalización de la gestión de la red comercial]	1%
Importante [Incorporación y adecuación de la tienda online en el móvil]	24%
Muy importante [Incorporación y adecuación de la tienda online en el móvil]	66%
No sabe - No responde [Incorporación y adecuación de la tienda online en el móvil]	9%
Poco importante [Incorporación y adecuación de la tienda online en el móvil]	1%
COMPETENCIA DE CUSTOMER EXPERIENCE	
Importante [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	29%
Muy importante [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	65%
Poco importante [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	1%
No sabe - No responde [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	6%
Importante [Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	32%
Muy importante [Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	58%
Poco importante [Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	1%
No sabe - No responde [Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	9%
Importante [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad del cliente]	27%
Muy importante [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad del cliente]	63%

momentos de la verdad del cliente	
No sabe - No responde [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad del cliente	10%
COMPETENCIAS DE GESTIÓN DIGITAL	
Importante [Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos)	29%
Muy importante [Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos)	64%
No sabe-no responde [Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos)	6%
Poco importante [Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos)	1%
Importante [Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	35%
Muy importante [Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	57%
Poco importante [Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	1%
No sabe-no responde [Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	7%
Importante [Trabajar con equipos de manera remota y de manera colaborativa a través de medios digitales]	25%
Muy importante [Trabajar con equipos de manera remota y de manera colaborativa a través de medios digitales]	68%
No sabe-no responde [Trabajar con equipos de manera remota y de manera colaborativa a través de medios digitales]	7%
Importante [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	32%
Muy importante [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	57%
No sabe-no responde [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	10%
Poco importante [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	1%
COMPETENCIAS DE IOT	
Importante [(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena de valor para lograr más eficiencia]	25%
Muy importante [(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena de valor para lograr más eficiencia]	68%
No sabe - No responde [(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena de valor para lograr más eficiencia]	7%
Importante [Incorporar "Internet de las cosas" (IoT) y Tecnología Wearable para convertir o dotar a los productos en servicios de valor añadido]	30%
Muy importante [Incorporar "Internet de las cosas" (IoT) y Tecnología Wearable para convertir o dotar a los productos en servicios de valor añadido]	61%
No sabe - No responde [Incorporar "Internet de las cosas" (IoT) y Tecnología Wearable para convertir o dotar a los productos en servicios de valor añadido]	8%
Importante [Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de negocio a través de la Realidad virtual.]	29%
Muy importante [Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de negocio a través de la Realidad virtual.]	63%
No sabe - No responde [Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de negocio a través de la Realidad virtual.]	8%
COMPETENCIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	

Importante [Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	28%
Muy importante [Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	63%
No sabe - No responde [Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	9%
Importante [Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	34%
Muy importante [Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	59%
No sabe - No responde [Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	7%
Importante [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	26%
Muy importante [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	67%
No sabe - No responde [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	6%
Poco importante [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	1%
Importante [Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	34%
Muy importante [Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	57%
No sabe - No responde [Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	10%
Importante [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	29%
Muy importante [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	63%
No sabe - No responde [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	7%
COMPETENCIAS DE PUBLICIDAD DIGITAL	
Importante [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	27%
Muy importante [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	67%
No sabe - No responde [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	6%
Importante [Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)]	30%
Muy importante [Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)]	65%
No sabe - No responde [Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)]	5%
Importante [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.]	30%
Muy importante [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.]	65%
No sabe-no responde [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.]	5%

Importante [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en las redes sociales]	27%
Muy importante [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en las redes sociales]	67%
No sabe-no responde [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en las redes sociales]	6%
COMPETENCIAS WEB Y MOBILE WEB	
Importante [Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	32%
Muy importante [Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	61%
Poco importante [Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	1%
No sabe-no responde [Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	7%
Importante [Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	34%
Muy importante [Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	59%
Poco importante [Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	1%
No sabe-no responde [Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	7%
Importante [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los diferentes dispositivos]	31%
Muy importante [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los diferentes dispositivos]	61%
Poco importante [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los diferentes dispositivos]	1%
No sabe-no responde [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los diferentes dispositivos]	7%
COMPETENCIAS DE BIG DATA	
Importante [Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos]	32%
Muy importante [Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos]	60%
No sabe-no responde [Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos]	8%
Importante [Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes]	27%
Muy importante [Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes]	66%
No sabe-no responde [Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes]	7%
COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN	
Importante [Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital]	25%
Muy importante [Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital]	68%
No sabe-no responde [Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a	6%

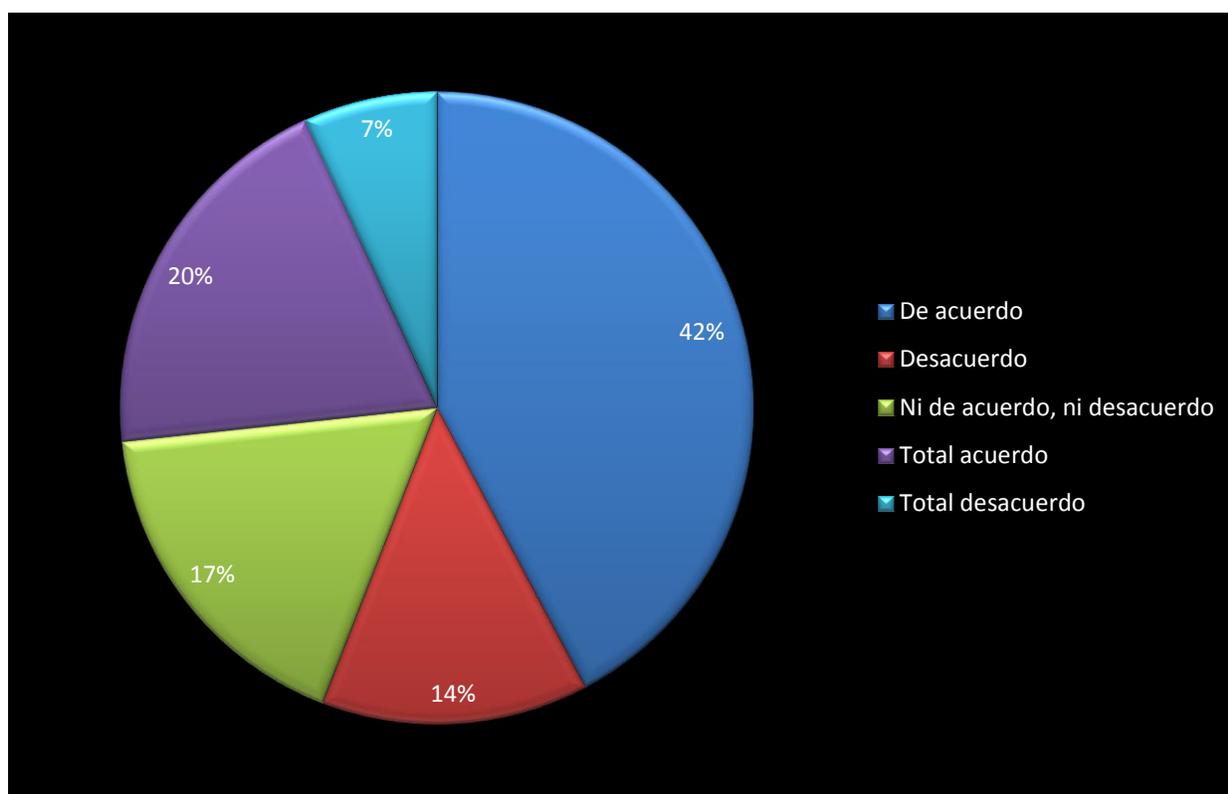
Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla que en la disciplina Marketing digital la competencia más importante es tener un plan de marketing digital, en la disciplina e-commerce la competencia más importante es facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online, en la disciplina Customer Experience la competencia más importante es disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales, en la disciplina gestión digital la competencia más importante es trabajar con equipos de manera remota y de manera colaborativa a través de medios digitales, en la disciplina de IOT y tecnología wearable la competencia más importante es (Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena de valor para lograr más eficiencia, en la disciplina comunicación digital la competencias más importante es definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca, en la disciplina publicidad digital hay dos competencias más importante contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda) y contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en las redes sociales, en la disciplina web y Mobile web hay dos competencias muy importantes elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos y lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los diferentes dispositivos, en la disciplina big data la competencia más importante es tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes y en la disciplina innovación la competencia más importante es tener una estrategia empresarial orientadas a fomentar la innovación digital

Enseñanza y aprendizajes sobre disciplinas y competencias digitales en la corporación universitaria minuto de dios _ vicerrectoría regional Orinoquia:

1. Considera usted que la malla curricular de enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales de la UNIMINUTO VRO. Son suficientes para motivar el emprendimiento.

Figura 17. Malla curricular de enseñanza y aprendizaje



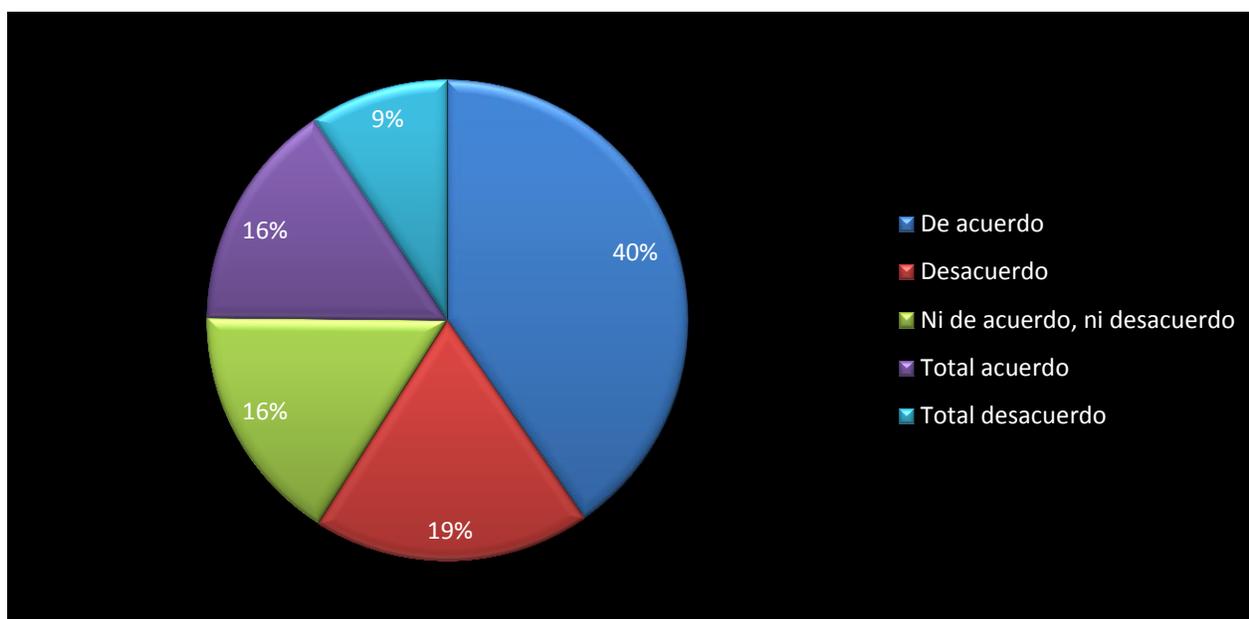
Fuente: Elaboración propia

Según el resultado observado en la gráfica el 42% de los estudiantes de la UNIMINUTO VRO están de acuerdo con la malla curricular de enseñanza y aprendizaje sobre las disciplinas y competencias digitales y son suficientes para motivar el emprendimiento, el 14% están en desacuerdo con esta malla curricular de enseñanza y aprendizaje antes mencionada, el 17% están ni de acuerdo, ni desacuerdo con la malla curricular mencionada anteriormente, el 20% están en

total acuerdo de la malla curricular mencionada y el 7% en total desacuerdo con esta malla curricular de enseñanza y aprendizaje mencionada.

2. Considera usted que los espacios de práctica para las competencias digitales de la UNIMINUTO VRO son suficientes para la preparación hacia el emprendimiento.

Figura 18. Espacios de práctica para las competencias digitales

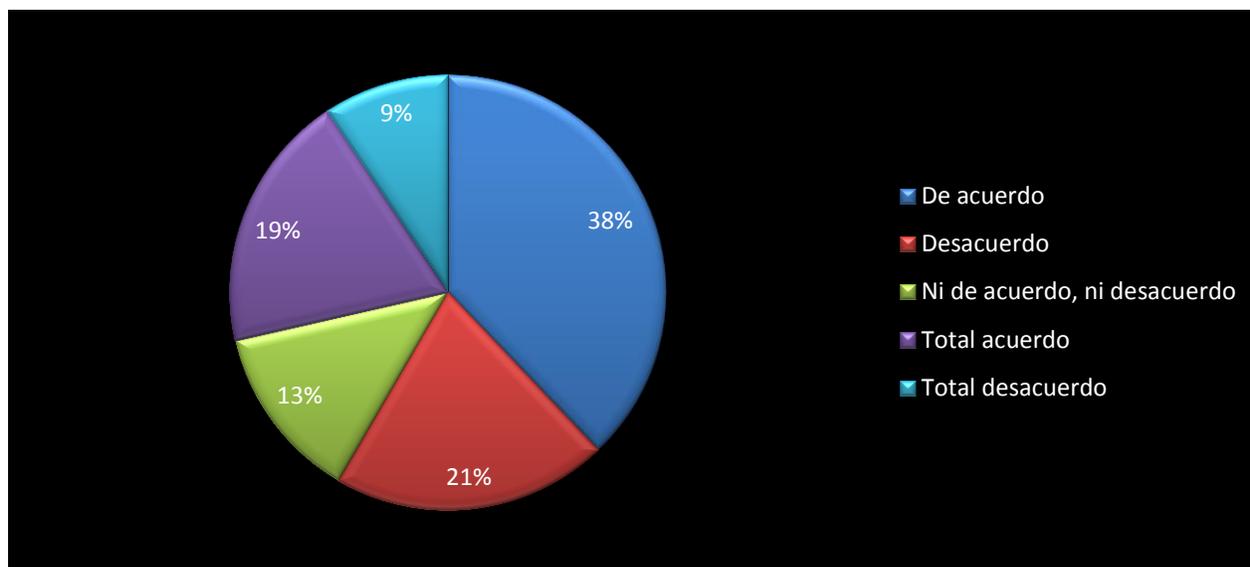


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados observados en la gráfica el 40% de los estudiantes están de acuerdo con los espacios de práctica para las competencias digitales de la UNIMINUTO para la preparación hacia el emprendimiento, el 19% están en desacuerdo con estos espacios de práctica antes mencionados, el 16% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo con los espacio de práctica mencionados, el 16% están en total acuerdo con estos espacios de práctica mencionados y el 9% en total desacuerdo con los espacios de práctica mencionados.

3. Considera usted que los espacios académicos en la UNIMINUTO son suficientes para la enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales en el emprendimiento.

Figura 19. Espacios académicos para la enseñanza y aprendizaje de disciplinas y competencias digitales



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la gráfica que el 38% de los estudiantes están de acuerdo con los espacios académicos en la UNIMINUTO VRO para la enseñanza y el aprendizaje de disciplinas y competencias digitales en el emprendimiento, el 21% están en desacuerdo con estos espacios académicos para la mencionada enseñanza, el 13% están ni en desacuerdo, ni de acuerdo con los espacios académicos para esta enseñanza, el 19% están en total acuerdo con los espacios académicos para la mencionada enseñanza y el 9% están en total desacuerdo con los espacios académicos para mencionada enseñanza.

ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS FRENTE A LAS DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES.

1.1 Disciplinas que son relevantes y poco relevantes en los Emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas de la corporación Universitaria Minuto de Dios- Vicerrectoría regional Orinoquia.

Tabla 6. Disciplinas digitales de Emprendimientos

MUY RELEVANTE E-COMMERCE	59%
No sabe-No responde E-COMMERCE	4%
POCO RELEVANTE- E-COMMERCE	30%
MUY RELEVANTE- PUBLICIDAD DIGITAL	59%
No sabe-No responde PUBLICIDAD DIGITAL	4%
POCO RELEVANTE- PUBLICIDAD DIGITAL	37%
MUY RELEVANTE - COMUNICACIÓN DIGITAL	59%
No sabe-No responde COMUNICACIÓN DIGITAL	33%
POCO RELEVANTE- COMUNICACIÓN DIGITAL	7%
MUY RELEVANTE - WEB Y MOBILE WEB	52%
No sabe-No responde WEB Y MOBILE WEB	11%
POCO RELEVANTE - WEB Y MOBILE WEB	37%
MUY RELEVANTE - BIG DATA	33%
No sabe-No responde BIG DATA	30%
POCO RELEVANTE- BIG DATA	37%
MUY RELEVANTE -GESTION DIGITAL	48%
No sabe-No responde GESTION DIGITAL	19%
POCO RELEVANTE - GESTION DIGITAL	33%
MUY RELEVANTE - MARKETING DIGITAL	59%
No sabe-No responde MARKETING DIGITAL	7%
POCO RELEVANTE - MARKETING DIGITAL	33%
MUY RELEVANTE - CUSTOMER EXPERIENCE	48%
No sabe-No responde CUSTOMER EXPERIENCE	19%
POCO RELEVANTE CUSTOMER EXPERIENCE	37%
MUY RELEVANTE - IOT WEARABLE	44%
No sabe-No responde IOT WEARABLE	22%
POCO RELEVANTE IOT WEARABLE	33%
MUY RELEVANTE- INNOVACION	59%
No sabe-No responde INNOVACION	7%
POCO RELEVANTE - INNOVACION	33%

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la tabla, las disciplinas con mayor porcentaje de relevancia en los Emprendimientos de los estudiantes de Administración de Empresas son: E-commerce, publicidad digital, comunicación digital, marketing digital e innovación con un 59%.

Las disciplinas con mayor porcentaje de menor relevancia en sus Emprendimientos son: Publicidad digital, Web y Mobile web, Big Data y customer experiencia con un 37%.

1.2 Competencias que consideran importantes y poco importantes los estudiantes de Administración de Empresas para sus Emprendimientos.

Tabla 7. Competencias digitales de Emprendimientos

COMPETENCIAS DEL MARKETING	
IMPORTANTE (Tener un plan de marketing digital)	15%
MUY IMPORTANTE (Tener un plan de marketing digital)	85%
IMPORTANTE [Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales]	19%
MUY IMPORTANTE [Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales]	81%
IMPORTANTE [Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales]	11%
MUY IMPORTANTE [Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales]	89%
IMPORTANTE [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	30%
MUY IMPORTANTE [Definir una estrategia de captación y cualificación de leads]	63%
IMPORTANTE [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	15%
MUY IMPORTANTE [Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales]	85%
IMPORTANTE [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	11%
MUY IMPORTANTE [Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes]	89%
IMPORTANTE [Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes]	15%
MUY IMPORTANTE [Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes]	85%
IMPORTANTE [Aprovechar las tecnología de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes.]	15%
MUY IMPORTANTE [Aprovechar las tecnología de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes.]	85%
COMPETENCIAS DEL E-COMMERCE	
IMPORTANTE [Tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal]	37%

MUY IMPORTANTE [Tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal]	63%
IMPORTANTE [Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta), NFC]	30%
INDIFERENTE[Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta), NFC]	4%
MUY IMPORTANTE[Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta), NFC]	59%
POCO IMPORTANTE [Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta), NFC]	4%
NO SABE-NO RESPONDE[Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta), NFC]	4%
IMPORTANTE [Integración de las redes sociales en el proceso de venta online]	19%
INDIFERENTE [Integración de las redes sociales en el proceso de venta online]	4%
MUY IMPORTANTE [Integración de las redes sociales en el proceso de venta online]	78%
IMPORTANTE [facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.]	15%
INDIFERENTE [facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.]	4%
MUY IMPORTANTE [facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.]	81%
IMPORTANTE[Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	22%
INDIFERENTE[Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	4%
MUY IMPORTANTE[Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	70%
POCO IMPORTANTE[Digitalización de la gestión del suministro y la logística]	4%
IMPORTANTE[Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	22%
MUY IMPORTANTE[Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	74%
POCO IMPORTANTE[Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra]	4%
IMPORTANTE [Digitalización de la gestión de la red comercial]	22%
INDIFERENTE [Digitalización de la gestión de la red comercial]	4%
MUY IMPORTANTE [Digitalización de la gestión de la red comercial]	70%
POCO IMPORTANTE [Digitalización de la gestión de la red comercial]	4%
COMPETENCIAS DEL CUSTOMER EXPERIENCE	
IMPORTANTE [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	19%
INDIFERENTE [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	4%
MUY IMPORTANTE [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	67%
NO SABE-NO RESPONDE [Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales]	11%
IMPORTANTE [Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	11%
INDIFERENTE[Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	11%
MUY IMPORTANTE[Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	67%
NO SABE-NO RESPONDE[Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente]	11%
IMPORTANTE [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad de]	7%
INDIFERENTE [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad de]	7%
MUY IMPORTANTE [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad de]	74%
NO SABE-NO RESPONDE [Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad de]	11%
COMPETENCIAS GESTION DIGITAL	
IMPORTANTE [Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de]	11%

acceso (permisos) para favorecer su localización	
INDIFERENTE[Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos) para favorecer su localización	4%
MUY IMPORTANTE [Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos) para favorecer su localización	81%
NO SABE-NO RESPONDE[Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos) para favorecer su localización	4%
IMPORTANTE [Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	22%
MUY IMPORTANTE[Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	74%
NO SABE-NO RESPONDE [Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos]	4%
IMPORTANTE [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	15%
INDIFERENTE [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	7%
MUY IMPORTANTE [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	74%
NO SABE-NO RESPONDE [Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red]	4%
IOT Y WEARABLE	
IMPORTANTE[(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena	4%
INDIFERENTE[(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena	4%
MUY IMPORTANTE[(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena	89%
NO SABE- NO RESPONDE[(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena	4%
IMPORTANTE[Incorporar "Internet de las cosas" (IoT)y Tecnología Wearable para convertir	15%
MUY IMPORTANTE[Incorporar "Internet de las cosas" (IoT)y Tecnología Wearable para convertir	81%
NO SABE-NO RESPONDE[Incorporar "Internet de las cosas" (IoT)y Tecnología Wearable para convertir	4%
IMPORTANTE[Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de nego	26%
INDIFERENTE[Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de nego	4%
MUY IMPORTANTE[Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de nego	67%
NO SABE- NO RESPONDE[Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de nego	4%
COMUNICACIÓN DIGITAL	
IMPORTANTE[Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	15%
INDIFERENTE[Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	7%
MUY IMPORTANTE[Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	74%
NO SABE- NO RESPONDE[Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo]	4%
IMPORTANTE[Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	19%
INDIFERENTE[Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	4%
MUY IMPORTANTE[Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	74%
NO SABE- NO RESPONDE[Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca]	4%
IMPORTANTE [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	19%
INDIFERENTE [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	4%
MUY IMPORTANTE [Definir estrategia de comunicación digital [con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	74%
NO SABE- NO RESPONDE [Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca]	4%
IMPORTANTE [Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	15%
INDIFERENTE [Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	11%

MUY IMPORTANTE[Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	70%
NO SABE- NO RESPONDE[Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria]	4%
IMPORTANTE [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	22%
INDIFERENTE [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	4%
MUY IMPORTANTE [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	63%
NO SABE- NO RESPONDE [Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales]	11%
PUBLICIDAD DIGITAL	
IMPORTANTE[Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	19%
MUY IMPORTANTE[Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	70%
NO SABE- NO RESPONDE[Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	11%
IMPORTANTE [Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)]	11%
MUY IMPORTANTE [Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)]	78%
NO SABE- NO RESPONDE [Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)]	11%
IMPORTANTE [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	19%
MUY IMPORTANTE [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	70%
NO SABE-NO RESPONDE [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	11%
IMPORTANTE[Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	19%
MUY IMPORTANTE[Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]MUY IMPORTANTE	70%
NO SABE-NO RESPONDE[Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)]	11%
IMPORTANTE [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.].	15%
MUY IMPORTANTE [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.].	74%
NO SABE-NO RESPONDE [Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.].	11%
WEB Y MOBILE WEB	
IMPORTANTE[Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	19%
MUY IMPORTANTE[Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	74%
NO SABE- NO RESPONDE[Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	4%
POCO IMPORTANTE[Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos]	4%
IMPORTANTE[Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	19%
INDIFERENTE[Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	4%
MUY IMPORTANTE[Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	70%
NO SABE- NO RESPONDE[Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	4%
POCO IMPORTANTE[Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa]	4%

IMPORTANTE [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los	22%
MUY IMPORTANTE [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los	70%
NO SABE - NO RESPONDE [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los	4%
POCO IMPORTANTE [Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los	4%
BIG DATA	
IMPORTANTE[Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos]	19%
MUY IMPORTANTE[Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos]	78%
NO SABE- NO RESPONDE[Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos]	4%
IMPORTANTE [Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los cliente	4%
MUY IMPORTANTE [Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los cliente	93%
NO SABE- NO RESPONDE [Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los cliente	4%
INNOVACION	
IMPORTANTE[Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital]	11%
MUY IMPORTANTE[Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital]	78%
NO SABE- NO REPSONDE[Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital]	11%

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla que en la disciplina de marketing digital la competencia más importante para los emprendimientos es desarrollar estrategias de fidelización con clientes y la creación de aplicaciones para la comunicación con un 89%. En las disciplinas del E-commerce la que más consideran importante es la facilitación de los pagos con un 81% y las que menos importante consideran es la tecnología digital para pagos, digitalización de suministro y logística, tecnologías de atención al cliente en el proceso de compra y digitalización de la red comercial con un 4%. En la disciplina de customer experience podemos ver que la más importante es canales de atención al cliente y monitorizar la experiencia del ciclo de vida del cliente con un 67%. De la disciplina de gestión digital podemos ver que las competencias más importantes son

la clasificación y organización de información con un 81%. En la disciplina IOT y wearable la competencia que se considera más importante es la industria 4.0 con un 89%. En la competencia de comunicación digital podemos ver que las que se consideran muy importante la creación de un blog corporativo, contenido de marca y estrategia de comunicación digital con un 74%. En la disciplina de publicidad digital la competencia más importante es la innovación y nuevas formas de publicidad y anuncios con un 78%. En la disciplina de Web y Mobile Web podemos ver que la que se considera más importante es diseño y creación de un sitio web con un 74%, y por otro lado el 4% considera que la elaboración de un sitio web no se considera importante, al igual que realizar un análisis de actividades de los sitios web de la empresa y lograr un posicionamiento de los sitios web en los buscadores. En la disciplina de Big data la competencia más relevante es tener una estrategia y tecnología explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes con un 93%. En la disciplina de Innovación la competencia más importante es la estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital con un 78%.

**MALLA CURRICULAR DE ENSEÑANZA SOBRE LAS DISCIPLINAS Y
COMPETENCIAS DIGITALES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE
DIOS- VICERRECTORÍA REGIONAL ORINOQUÍA.**

Tabla 8. Malla curricular de Administración de Empresas Modalidad Presencial

MALLA CURRICULAR ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (PRESENCIAL)	DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES A LAS QUE APORTA.	COMO DEBERIA APORTAR A LAS DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES.
Gestión básica de la información.	Tiene un enfoque para el uso de las TIC educativo, por el cual se brinda un <i>Customer Experience</i> , en este caso a los estudiantes UNIMINUTO, por medio de las distintas plataformas.	Enfocarlo a las TIC empresariales de una organización y las distintas plataformas que se manejan en la actualidad para generar un impacto en la experiencia del cliente.
Fundamentos de mercadeo.	Abarca todo lo relacionado con mercadeo, marketing, estrategias, publico meta, lo cual aporta y fortalece disciplinas de <i>Marketing digital</i> , Mercadotecnia y canales de comercialización.	Llevar los fundamentos del mercadeo a la nueva era digital, estrategia digitales, como llegar al público meta por medio de estos medios y canales de comercialización digitales.
Emprendimiento.	Estimula, despierta necesidades y deseos y busca crear e <i>innovar</i> en b/s que satisfaga la necesidad del cliente por medio del Emprendimiento.	Enfocar los emprendimientos a productos o servicios innovadores o que cuenten con un valor agregado y distintivo del mercado común; Incitando al Estudiante a siempre innovar y salir de la zona de confort.
Logística.	Gestión en la logística de un b/s <i>innovando</i> de manera estratégica, creando canales de distribución B2B O B2C, fortaleciendo competencias través de la realidad virtual.	Dar a conocer la logística interna de los mercados virtuales para que se tenga un conocimiento amplio de las distintas estrategias y minimizar los tiempos con estos recursos digitales.
Simulación Gerencial.	<i>Gestión digital</i> , uso de app como simulación de Gerencia, trabajo en equipo, clasificación y organización de información y toma de decisiones frente al plan estratégico.	Enfocarlo a una simulación de una Empresa propia u familiar, en el los estudiantes puedan realizar un estudio real para la toma de decisiones de distintos factores que se presenten en la Empresa, también ofreciendo como recurso pedagógico y herramientas

		gerenciales.
Talento Humano.	Gestión digital , buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red.	Enfocarlo a recursos para recolección de personal digital, pruebas para un perfil óptimo.
Formulación y evaluación de proyectos.	E-Commerce , para tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal	Orientarlo hacia ideas de negocio actuales y contextualizarnos de los procesos de estos Emprendimientos conociendo asimismo su sistema.
Gestión Tecnológica	Es un facilitador de apoyo a la gestión de la empresa, aportando a la competencia de Innovación tecnológica , el impacto que tiene en las Empresas y el rol del administrador frente a ellas.	Abordar gran parte de las competencias tecnológicas para la gestión Empresarial actuales, con el fin de adquirir contar con varias herramientas que faciliten la toma de decisiones en la organización.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Malla curricular de Administración de Empresas Modalidad Distancia

MALLA CURRICULAR, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (DISTANCIA)	DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES A LAS QUE APORTA	COMO DEBERIA APORTAR A LAS DICIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES.
Informática empresarial	Fortalece el conocimiento de los sistemas de información para el buen manejo y gestión de la información empresarial.	Desde la aparición de los sistemas de información para tomar decisiones empresariales y mejoras el customer experience es uno de los principales modelos de gestión digital y comunicación digital para el buen funcionamiento empresarial.
Fundamentos de mercadeo	Abarca todo lo relacionado con mercadeo, marketing, estrategias, publico meta, lo cual aporta y fortalece disciplinas de <i>Marketing digital</i> , Mercadotecnia y canales de comercialización.	Llevar los fundamentos del mercadeo a la nueva era digital, aplicando estrategia digitales, como llegar al público meta por medio de estos medios y canales de comercialización digitales.
Gerencia Talento Humano	<i>Gestión digital</i> , buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red.	Enfocarlo a recursos para recolección de personal digital, pruebas para un perfil óptimo.
Gerencia de mercados	Fortalece las competencias del <i>marketing</i> para crear relaciones de lealtad con los clientes y fortalecer la marca de acuerdo a la propuesta de valor.	Aplicar el conocimiento de las disciplinas digitales como lo son web y Mobile web, la gestión digital y el e-commerce para el fortalecimiento de las habilidades gerenciales.
Formulación y evaluación de proyectos.	<i>E-Commerce</i> , para tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal	Orientarlo hacia ideas de negocio actuales y contextualizarnos de los procesos de estos Emprendimientos conociendo asimismo su sistema.
Gerencia de producción	Brinda herramientas en <i>Gestión digital</i> para la optimización de recursos involucrados en la producción	Dar a conocer la logística interna de los mercados virtuales para que se tenga un conocimiento amplio de las distintas estrategias y minimizar los tiempos con estos recursos digitales.
Juego gerencial	Desarrollo de actividades gerenciales aplicando la <i>gestión digital</i> para el manejo de la simulación en plataformas digitales, trabajo en equipo, clasificación y organización de información y toma de decisiones frente al plan estratégico.	Enfocarlo a una simulación de una Empresa propia u familiar, en el los estudiantes puedan realizar un estudio real para la toma de decisiones de distintos factores que se presenten en la Empresa, también ofreciendo como recurso pedagógico y herramientas gerenciales.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Matriz DOFA

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interacción entre instituciones de educación superior que fomente el fortalecimiento de las disciplinas y competencias digitales. 2. Lograr visibilizar las competencias y disciplinas digitales en la malla curricular para las actividades implementadas por los docentes del programa. 3. Estudiantes competentes con teoría actualizada y un enfoque a la nueva era digital contando con docentes capacitados y competentes que innoven en la educación superior. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las instituciones de educación superior en la región que ofrecen programas competitivos enfocados en las disciplinas digitales. 2. Altos niveles de desarrollo en la implementación de disciplinas y competencias digitales en organizaciones existentes en el mercado que derivan en desventaja competitiva en los nuevos emprendimientos. 3. Incremento en los presupuestos empresariales por la implementación de disciplinas y competencias digitales.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La UNIMINUTO VRO interactúa desde el primer semestre con la plataforma digital, haciendo uso de las TIC'S. 2. Los estudiantes del programa de administración de empresas tienen unas bases conceptuales sobre creatividad e innovación para la creación de emprendimientos. 3. Según análisis de malla curricular se evidencia la implementación de algunos de los conocimientos básicos de competencias digitales como administradores y empresarios en la creación de emprendimientos. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los planes de negocio que se derivan desde el ejercicio académico del programa no tiene en cuenta las disciplinas y competencias digitales. 2. Las materias del micro currículo del programa de administración de empresas no cuenta con un amplio enfoque en las disciplinas digitales. 3. El programa de administración de empresas en el desarrollo de emprendimientos no tiene enfoque en el uso de las disciplinas digitales. 4. Desactualización de estrategias digitales en las empresas frente a la nueva era digital.
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un plan de acción claro sobre la malla curricular para la 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar herramientas de capacitación por medio de conferencias con personal capacitado y

<p>implementación de disciplinas y competencias digitales en los emprendimientos de los estudiantes.</p> <p>2. Capacitación constante a los docentes sobre las nuevas metodologías de enseñanza y contextualización teórica con enfoque digital para la nueva era.</p>	<p>experto en competencias y disciplinas digitales que aporten a la formación del Administrador y Empresario.</p>
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO</p> <p>1. Contar con un especialista en conocimiento digital para Emprender y Direccionar la Administración moderna para minimizar procesos y adquirir conocimientos actuales.</p> <p>2. Implementación de las distintas competencias digitales en la corporación educativa, trasmitiendo y estimulando a los estudiantes y de esta manera evolucionar en la educación superior.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <p>1. Refuerzo de formación para las nuevas tecnologías en el entorno laboral, introduciendo en los currículos como parte de formación estas herramientas digitales, tanto a docentes para que puedan integrarlas de manera pedagógica y transmitirla a sus estudiantes.</p> <p>2. Realizar un espacio para visibilizar la importancia de las competencias y disciplinas digitales en los Administradores de Empresas y el desarrollo de los Emprendimientos.</p>

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El proyecto realizado ha contribuido de manera importante la identificación de los conocimientos de los estudiantes de administración de empresas en la corporación universitaria Míñato de Dios- Vicerrectoría regional Orinoquía frente a las disciplinas y competencias digitales, resaltando estrategias para una implementación de las mismas en la malla curricular del programa.

En un proyecto de investigación de esta naturaleza se considera más importante detectar cuáles son las necesidades reales de los emprendimientos y se adapten a estas nuevas herramientas digitales sin ser un obstáculo, definiendo de manera clara los beneficios económicos, laborales y de cualquier otra índole que se piensa alcanzar.

Teniendo en cuenta los resultados de esta investigación es fundamental conocer y aplicar estas diez disciplinas y cuarenta competencias digitales desde la formación académica, permitiendo la transformación digital en los emprendimientos de los estudiantes del programa.

Es importante transmitir diversas competencias y disciplinas digitales actualizando la información y el conocimiento, capacitando a docentes y estudiantes de acuerdo a las necesidades actuales de los consumidores y empresarios en el mercado, generando nuevas perspectivas en los emprendedores.

RECOMENDACIONES

- ✓ Brindar un espacio para los estudiantes de Administración de Empresas por medio de eventos o conferencias para socializar los resultados de la investigación y visibilizar la importancia de implementar las estrategias anteriormente mencionadas.
- ✓ Realizar reflexiones curriculares específicamente en la implementación de las competencias y disciplinas digitales.
- ✓ Tomar la iniciativa como como corporación educativa en la implementación de las distintas competencias digitales que les ofrece en la nueva era digital y de esta manera transmitir y promover la importancia, estimulando así a los estudiantes y evolucionar como educación superior.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Aguirre, J. (2018). Desarrollos en la investigación para la competitividad empresarial y de negocios. Medellín, Colombia. Coruniamericana.
<https://americana.edu.co/medellin/wp-content/uploads/2020/09/Desarrollos-en-investigaci%C3%B3n-para-la-competitividad-empresarial-y-de-negocios.pdf#page=10>

- ✓ Vergara, A.G, Vuelvas, M.F, Regino, E.M. (2020). Metodologías activas en el desarrollo de competencias emprendedoras con el apoyo de las TICS. Ciudad del saber, Panamá. Universidad cooperativa de Colombia.
<https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/926/465>

- ✓ Villagran, S. (2020). Conocimiento del marketing digital en las Empresas Pymes en Colombia. Bogotá, Colombia. Universidad Militar Nueva granada.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36591/GarzonVillagranSergio2020.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- ✓ Grunauer, M.S, Manguíño, M.A. (2017). El marketing y sus aplicaciones en diferentes áreas del conocimiento. Machala, Ecuador. Utmach.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14396/1/Cap.1%20Marco%20referencial%20del%20marketing.pdf>

- ✓ Alviar, J.D. (2018). Diseño de una propuesta de marketing digital para la organización visión creativa. Santiago de Cali, Colombia. Universidad autónoma de occidente.

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10209/T07860.pdf;jsessionid=EC1C3E069453D453A9531DA43ECA4594?sequence=5>

- ✓ Plan estratégico de marketing digital 2018 -2019 para la empresa control-d de la ciudad de Cúcuta norte de Santander

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11482/Tesis%20Nicolas.pdf>

- ✓ Rivero, E.D. (2019). Diseño de estrategias de marketing digital para mejorar la viabilidad y captación de nuevos clientes en la Empresa suministro y dotaciones de la costa S.A.S en montería córdoba. Montería Córdoba, Colombia. Universidad cooperativa de Colombia.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17472/1/2019_dise%C3%B1o_estrategias_marketing.pdf

- ✓ E.J. Hernández, N.D. Duque y J. Moreno, mayo - agosto, 2017. “Big Data: una exploración de investigaciones, tecnologías y casos de aplicación”, Tecnológicas.

<http://www.scielo.org.co/pdf/teclo/v20n39/v20n39a02.pdf>

- ✓ Monleón-Getino, A. (2015). El impacto del Big-data en la Sociedad de la Información. Significado y utilidad.

<file:///C:/Users/user/Downloads/51392-Texto%20del%20art%C3%ADculo-93396-4-10-20160209.pdf>

- ✓ Infante Moro A. Infante Moro J.C, Martínez López F.J, García Ordaz M. (2016). Las competencias digitales en las empresas del sector financiero español: Evolución desde el 2001 al 2011 con respecto al sector empresarial español en general.

<file:///C:/Users/home/Downloads/157-471-1-PB.pdf>

- ✓ Isabel Iniesta, Ana Segura y Cristina Mancho. (2020)

Las competencias digitales como recurso intangible en la empresa:

file:///C:/Users/ELSAINES/Downloads/Dialnet-

LasCompetenciasDigitalesComoRecursoIntangibleEnLaE-7470987.pdf

ANEXOS

✓ Excel de respuestas:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1moAcJliUYE_SH5H86E8HedcKjfrLA6Y7E0xW1lzax/edit?usp=sharing

✓ Excel de tabulación:

<https://drive.google.com/file/d/1M2qa4iQ44n5XGZD1xRQohsqxYCyDS2UW/view?usp=sharing>

✓ Calculo de muestra:



Fuente: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra?submissionGuid=f0b57deb-5c1f-4ebf-9a0e-092719f85413>

✓ Formulario google drive:

1. Correo electrónico: _____

2. Programa académico:

a. Administración de empresas

3. Seleccione la modalidad:

a. Presencial

b. Distancia

4. Semestre: _____

5. Edad: _____

6. Sexo:

a. Hombre

b. Mujer

c. Otro

7. Zona de residencia:

a. Rural

b. Urbana

8. Lugar de procedencia: _____

Emprendimiento:

9. ¿Cuenta usted con un emprendimiento?

a. SI

b. NO

Si la respuesta a la pregunta 9 fue negativa responda no aplica (N/A) en las preguntas 10, 11, 12 y 13.

10. Sector del actual del emprendimiento: _____

11. Objeto social del emprendimiento: _____

12. Por favor mencione una descripción del objetivo del emprendimiento: _____

13. Nombre del emprendimiento (si aplica): _____

14. ¿Visualiza el emprendimiento empresarial en su proyecto de vida?

a. Si

b. No

c. No aplica

Si la respuesta a la pregunta 14 fue positiva responda las preguntas de la 15 y 16, de lo contrario responda No aplica en las mismas preguntas.

15. Sector al que aspira el futuro emprendimiento: _____

16. Cuál sería el objeto social del futuro emprendimiento: _____

Disciplinas y competencias digitales:

17. Señale las disciplinas digitales que en su percepción considera relevante en su Emprendimiento, así como si tiene el conocimiento y experiencia en la disciplina. (Si considera que es poco relevante o no tiene experiencia dejar en blanco la casilla).

DISCIPLINAS	PERCEPCIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO	TIENE CONOCIMIENTO EN LA DISCIPLINA	TIENE EXPERIENCIA EN LA DISCIPLINA
E-commerce			
Publicidad Digital			
Comunicación Digital			
Web y Mobile Web			
Big Data			
Gestión Digital			
Marketing Digital			
Customer Experience			
IOT y Tecnología			
Wearable			
Innovación			

18. Señale en qué medida las competencias digitales del Marketing Digital son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DEL MARKETING DIGITAL	Muy importante	portante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Tener un plan de marketing digital					
Desarrollar estrategias de captación de clientes a través de medios digitales					
Desarrollar estrategias de fidelización de clientes a través de medios digitales					
Definir una estrategia de captación y cualificación de leads					
Crear y gestionar comunidad de clientes en redes sociales					
Crear y gestionar aplicaciones de dispositivos móviles para comunicarse y relacionarse mejor con los clientes					
Tener una estrategia y tecnología específica para gestionar las relaciones con los clientes					
Aprovechar las tecnologías de localización para realizar comunicaciones oportunas, personalizadas y relevantes.					

19. Señale en qué medida las competencias digitales del E-Commerce (Comercio Electrónico) son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE E-COMMERCE	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Tener un plan estratégico de comercio electrónico multicanal					
Aprovechar tecnologías digitales dentro del punto de venta Beacon(bluetooth para notificaciones de oferta), NFC (comunicación inalámbrica), códigos QR(comunicación para anuncios, pagos y comercio electrónico)					
Integración de las redes sociales en el proceso de venta online.					
Facilitar al máximo el pago mediante diferentes medios de pago online.					
Digitalización de la gestión del suministro y la logística					
Integrar tecnologías y procesos de atención al cliente en el proceso de compra					
Digitalización de la gestión de la red comercial					
Incorporación y adecuación de la tienda online en el móvil					

20. Señale en qué medida las competencias digitales del Customer Experience (Experiencia del Cliente) son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE CUSTOMER EXPERIENCE	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Disponer de estrategia y canales de Atención al Cliente a través de medios sociales y digitales					
Diagnosticar y monitorizar la experiencia de todo el ciclo de vida del cliente					
Implementar un Plan de experiencia de cliente transversal en todos los momentos de la verdad del cliente					

21. Señale en qué medida las competencias digitales de Gestión Digital son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE GESTIÓN DIGITAL	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Clasificar y organizar la información de forma accesible y con diferentes niveles de acceso (permisos) para favorecer su localización en todo momento					
Uso de aplicaciones y soluciones en nube de gestión de proyectos					
Trabajar con equipos de manera remota y de manera colaborativa a través de medios digitales					
Buscar perfiles profesionales a través de herramientas en red					

22. Señale en qué medida las competencias digitales de IOT (Internet de las cosas) Y

Tecnología Wearable (Tecnología corporal) son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE IOT Y TECNOLOGIA WEARABLE	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
(Industria 4.0) aprovechar las tecnologías de conectividad en toda la cadena de valor para lograr más eficiencia					
Incorporar “Internet de las cosas” (IoT) y Tecnología Wearable para convertir o dotar a los productos en servicios de valor añadido					
Explorar oportunidades de mejora de experiencia y de nuevos modelos de negocio a través de la Realidad virtual.					

23. Señale en qué medida las competencias digitales de Comunicación Digital son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Crear, mantener y divulgar un Blog Corporativo					
Branded Content (contenido de marca) crear y difundir contenido de la marca					
Definir estrategia de comunicación digital con los medios digitales más relevantes y afines a su marca					
Crear un plan de comunicación y relación con los influencers más importantes en su industria					
Escuchar y monitorizar la reputación de la marca y de la competencia en redes sociales					

24. Señale en qué medida las competencias digitales de Publicidad Digital son importantes

para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE PUBLICIDAD DIGITAL	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en buscadores SEM (Marketing de motores de búsqueda)					
Innovar y testar nuevas formas de publicidad y planificación RTB (anuncios en espacios publicitarios)					
Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en medios digitales.					
Contar con una planificación y medición eficaz de publicidad en las principales redes sociales					

25. Señale en qué medida las competencias digitales de Web y Mobile Web(Acceso web desde dispositivos) son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE WEB Y MOBILE WEB	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Elaborar un diseño web orientado al usuario para los diferentes dispositivos					
Realizar un análisis adecuado de la actividad en los sites de mi empresa					
Lograr un buen posicionamiento para mis sites en internet en buscadores de forma orgánica y en los diferentes dispositivos					

26. Señale en qué medida las competencias digitales de Big Data(Macrodatos de las empresas) son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE BIG DATA	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Tener capacidad para obtener información relevante para la marca y procesar gran cantidad de datos					
Tener una estrategia y tecnología específica para explotar el conocimiento que la empresa tiene de los clientes					

27. Señale en qué medida las competencias digitales de Innovación son importantes para el emprendimiento empresarial:

COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN	Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Tener una estrategia empresarial y metodologías orientadas a fomentar la innovación digital					

Enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales en la corporación universitaria minuto de dios- vicerrectoría regional Orinoquía.

28. Considera usted que la malla curricular de enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales de la UNIMINUTO VRO. Son suficientes para motivar el emprendimiento.

- a. Total desacuerdo
- b. Desacuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Total acuerdo

29. Considera usted que los espacios de práctica para las competencias digitales de la UNIMINUTO VRO son suficientes para la preparación hacia el emprendimiento.

- a. Total desacuerdo
- b. Desacuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Total acuerdo

30. Considera usted que los espacios académicos en la UNIMINUTO son suficientes para la enseñanza y aprendizaje sobre disciplinas y competencias digitales en el emprendimiento.

- a. Total desacuerdo
- b. Desacuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- d. De acuerdo
- e. Total acuerdo

Fuente: Elaboración propia

**RESUMEN ANALITICO ESPECIALIZADO CON FINES DE PUBLICACION
RAE.**

T.G. BAQUERO CASTRO*
D.P. GANDARA ROJAS**

**PRINCIPALES DISCIPLINAS Y COMPETENCIAS DIGITALES
PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -
VICERECTORIA REGIONAL ORINOQUIA DEL AÑO 2021. *****

*SUMARIO: 1.Título, 2.Tabla de Contenido, 3.Lista de tablas, 4.Figuras o Anexos
Introducción. 5. Justificación, 6. Antecedentes, 7.Planteamiento del Problema, 8.
Formulación del Problema, 9. Objetivo General y Objetivos Específicos, 10. Marco
Referencial y Antecedentes, 11. Tipo de Investigación, 12. Muestra, 13. Instrumentos, 14.
Procedimiento, 15. Análisis de Datos, 16.Conclusiones, 17.Recomendaciones, 18.Anexos,
19.Bibliografía.*

RESUMEN: El principal objetivo de este trabajo es por medio de la investigación probabilística con un muestreo aleatorio simple, analizar las disciplinas digitales, competencias y su relevancia en los emprendimientos de los estudiantes del programa de Administración de empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Vicerrectoría Regional Orinoquía año 2021 por medio de una encuesta online a los estudiantes y Emprendedores de la carrera. Por otro lado, se busca determinar los estudiantes que cuentan con emprendimientos, la situación actual de sus emprendimientos frente a las disciplinas y competencias digitales y a su vez identificar en la malla curricular de enseñanza y aprendizaje su valor agregado sobre las disciplinas y competencias digitales de la carrera de Administración de Empresas en el plano curricular, para asimismo realizar un fortalecimiento y estrategias frente a estas variables.

Palabras claves: Competencias digitales, Disciplinas digitales.

*Estudiantes de Administración de Empresas de la facultad de ciencias Empresariales.
Universidad Minuto de Dios Vicerrectoría regional Orinoquia de Villavicencio - Meta. Teléfono:
317 402 5264 e-mail: tbaquerocas@uniminuto.edu.co / dgandararoj@uniminuto.edu.co