

**ESTUDIO DE LA CULTURA DIGITAL EN EL ESTADO Y EN LAS RELACIONES  
DE CIUDADANOS Y EMPRESAS CON EL ESTADO -2015**

**DIRECCIÓN DE GOBIERNO EN LÍNEA**

**FIRMA EJECUTORA GLORIA GALLEGOS SIGMA DOS INTERNACIONAL**

---

**CONTRATO N° 000483 DE 2015**

**© República de Colombia - Derechos Reservados**

**SÍNTESIS ANALÍTICA DE RESULTADOS CUALITATIVOS  
SEGMENTO EMPRESAS**

**BOGOTÁ D.C., diciembre de 2015.**

## Introducción

En el año 2008 la Dirección de Gobierno en Línea (GEL) puso en marcha un sistema de monitoreo y evaluación de la Estrategia GEL en Colombia en aras de tener información disponible para poder continuar con el desarrollo de esta. Específicamente, este sistema busca identificar y evaluar los aspectos y variables que definen la cultura digital, y el estado actual de la misma en el relacionamiento de los ciudadanos y empresas con el Estado. A partir de dicha necesidad, se presenta este informe, el cual expone al lector un análisis sobre la información recolectada de manera cualitativa en el marco de la investigación denominada: ***“Estudio de la cultura digital en el Estado y en las relaciones de ciudadanos y empresas con el Estado”***, solicitada por la Dirección de Gobierno en Línea y que fue llevada a cabo por la firma consultora **Gloria Gallego SIGMA DOS Colombia**, durante el año 2015.

Dicho esto, se presentará en primera instancia un breve marco conceptual para posteriormente esbozar los resultados analíticos del estudio dividido en 5 grandes secciones: Cultura digital y hábitos de internet, Trámites y otras relaciones con entidades públicas, Seguridad y confianza en el internet, Percepción de las entidades públicas y la interacción con ellas y por último, Imaginarios y valores asociados al uso de medios electrónicos (ME) con entidades públicas.

El objeto de estudio que se presenta a continuación son las múltiples y complejas relaciones del Estado con el sector privado, así como las similitudes o diferencias en las relaciones entre las mismas empresas. En síntesis, el objeto de conocimiento de este informe refiere a la cultura digital de las empresas en relación con el Estado.

Ahora bien, la cultura digital de las empresas en relación con el Estado requiere una especial atención teniendo en cuenta la estrecha relación que tienen estas con las entidades públicas, lo cual se refleja en los diversos trámites que deben realizar, y en la consulta de información indispensable para llevar a cabo sus actividades comerciales. En este sentido, es de vital importancia conocer sus prácticas internas alrededor del uso de medios electrónicos para relacionarse con el Estado, como también los beneficios, necesidades, intereses, expectativas e insatisfacciones asociadas a dicha interacción. Para obtener esta información, se llevaron a cabo 8 sesiones de grupo con pequeños y medianos empresarios y se realizaron 20 entrevistas a empleados de grandes empresas que tuvieran, dentro de sus labores, el relacionamiento con entidades públicas. Asimismo, la muestra poblacional de este estudio está segmentada de tal manera que represente las diversas zonas del país, diversos sectores del ámbito privado, como también los diversos tamaños de los centros urbanos donde están las empresas. Esta

información es fundamental para realizar un diagnóstico que ofrecerá elementos analíticos que permitan consolidar decisiones encaminadas a cumplir los objetivos centrales de la estrategia GEL.

Así pues, teniendo en cuenta este breve marco conceptual se procede a la presentación de un análisis sintético de la cultura digital de las empresas en relación con el Estado. Al final de este documento se encuentran los anexos en donde se incluye: Información general de la muestra base del presente análisis (ANEXO 1), las guías usadas en cada sesión y entrevista con los empresarios (ANEXO 2) y las matrices de análisis en formato EXCEL (ANEXO 3).

## **1. Cultura digital y hábitos de internet**

Cuando hablamos de cultura digital y hábitos de internet de las empresas, se hace referencia a los imaginarios que tienen las empresas sobre la cultura digital y sus usos corrientes en el quehacer económico de las mismas.

### 1.1. Concepto de Cultura Digital de las empresas

- Las empresas asocian la cultura digital con el uso del internet, al ser este el mecanismo más utilizado por las mismas para efectos de comunicación tanto dentro de la misma empresa como hacia afuera. Evidencia de esto es la recurrente asociación que hacen los empresarios del correo electrónico y el celular con la cultura digital, al ser estas dos las herramientas por excelencia para la comunicación a nivel interno y con clientes. Ahora bien, la relevancia del internet no es sólo como medio de comunicación sino como una de las principales herramientas usadas por las empresas: *“De una consulta en adelante, todo se está realizando por internet”*. La cultura digital de las empresas es entendida a su vez como el acceso a información a través del internet principalmente, internet permite la búsqueda o consulta de información relevante para las empresas y sus actividades.
- Asimismo, la cultura digital es asociada con el uso de software y plataformas para sistematizar información relevante de la empresa y hacer uso de esta en beneficio de los clientes. Uno de los empresarios sintetizaba esta idea al decir que la cultura digital es *“llevar tecnologías de la información al servicio de los usuarios y nuestros clientes”*.
- Los participantes parten de la tecnología como una herramienta para mejorar la eficiencia de los procesos de las empresas y al mismo tiempo los servicios ofrecidos a los clientes. En este sentido, lo digital se entiende

como una cultura del ahorro de tiempo y esfuerzo en los procesos empresariales. Un empleado lo decía en términos muy simples: *“(La cultura digital) es un facilismo, te ayuda en todos los ámbitos”*.

- La cultura digital está comenzando a ser asociada con la cultura ambiental al entenderse que está eliminando la cultura del uso de papel para las actividades de la empresa: *“...hasta papel se ahorra, ya no se hacen cheques sino transferencias...”*. En esto no sólo ven un beneficio económico por la disminución del uso de papel sino también un beneficio ambiental. Una particularidad sobre esta noción es que son las PYMES las que en su mayoría consideraron este como un elemento de la cultura digital y como un beneficio del uso de medios electrónicos (ME). Lo anterior puede ser causado por la mayor competitividad y la estructura de las grandes empresas que las hace menos conscientes de los estragos ambientales de sus actividades.

## 1.2. Hábitos digitales en las empresas

- Una de las actividades principales de las empresas a través de ME es la relación con sus clientes. Estas usan los ME para comunicarse con sus clientes ya sea para el envío de información, cobros o para establecer nuevas relaciones comerciales. A su vez, los ME son constantemente utilizados por estas para el manejo de la información de la empresa a través de software o plataformas de acceso que utilizan la mayoría de los empleados. Por último, los ME son usados por las empresas para la comunicación interna entre sus empleados. Estos usos se deben principalmente a la búsqueda de eficiencia y ahorro de tiempo de las empresas, lo que consiguen a través del uso de ME con especial énfasis en el internet.
- El uso de Software o aplicativos por parte de las empresas es diferente entre las PYMES y las grandes empresas. Mientras las primeras hacen uso de las herramientas comunes de organización en los computadores, habiendo variadas menciones a herramientas de Microsoft Office, las grandes empresas han desarrollado plataformas especiales para sus empresas. Lo cual permite inferir que, a medida que las grandes empresas manejan mayores niveles de complejidad, información y recursos, el desarrollo de medios electrónicos más especializados se torna una necesidad. Es importante resaltar que, las grandes empresas han adquirido software especializado para generar a través de la Intranet sistemas de información de acceso de todos los empleados como forma de generar mayor eficiencia y disponibilidad de la información.

- Algunas grandes empresas usan los ME regularmente para hacer seguimiento a sus empleados y a los procesos que desarrollan. Es de resaltar el caso de una empresa de seguros que generó un sistema de monitoreo de procesos de aseguramiento de clientes. Por medio de un software especializado, la empresa monitorea el proceso desde que el cliente manifiesta su interés en adquirir un seguro hasta que se crea la póliza y se envía al cliente. Este software posibilita el acceso a información inmediata tanto para la empresa como para el cliente, lo cual permite identificar los tiempos del proceso, los errores, y el funcionario responsable. Este tipo de herramientas son muy importantes en la medida en que las empresas hacen uso de los ME generalmente en busca de eficiencia en sus procesos, para mejorar el servicio al cliente.

### 1.3. Ventajas y desventajas de la Cultura Digital en las empresas

- El mayor beneficio que obtienen las empresas a través del uso de ME es el aumento de la eficiencia. Esta es entendida como el ahorro de tiempo en diversas actividades como, en la obtención de información, el pago de impuestos, los procesos laborales, etc. *“Es tiempo que uno ha ganado y rabias que se ha quitado”*. En este sentido, los empresarios resaltan como una de las ventajas del uso de ME el acceso de forma inmediata y sencilla a la información: *“para cada procedimiento uno no se vara, siempre va a haber indicadores e información que indican en caso de que uno no sepa”*. Adicional a esto, las empresas consideran que uno de los mayores beneficios es el poder evitar los desplazamientos para tener que realizar trámites u otras actividades. Uno de los entrevistados comentaba que los ME habían generado *“la facilidad de no tener que desplazarse sino hacerlo desde su puesto de trabajo”*. Esto ha generado lo que podría denominarse un *arma de doble filo* ya que si bien el uso de ME genera una mayor eficiencia también se presenta una desventaja para los empleados ya que, *“reemplaza la mano de obra”*. En este sentido, la eficiencia se convierte en algo positivo para las empresas pero, en ocasiones, en un aspecto negativo para los empleados.
- Las empresas destacan como principal efecto negativo la dependencia que se ha generado hacia los ME; como decía uno de los entrevistados *“si se cae el internet, todas las operaciones se estancan y paralizan”*. Ahora bien, esta dependencia refleja un avance de la cultura digital en las empresas colombianas ya que el amplio uso de los ME es lo que genera finalmente un estancamiento de operaciones ante una falla del sistema. Por otro lado, algunos empresarios destacaron la desventaja de los ME al representar una

constante conexión con el trabajo: *“uno anda con su oficina encima, ya no hay descanso”*.

- Otra de las dificultades identificadas por las empresas se relaciona con resistencia y dificultades para la adopción de nuevas tecnologías digitales. Esto se presenta por dos razones principales: por un lado, muchas personas se resisten a cambiar sus costumbres laborales y por otro lado, las personas de mayor edad tienen más dificultades para adoptar estas nuevas tecnologías. En ambos casos, estas razones fueron esbozadas por las PYMES y no tanto por las grandes empresas.
- Un elemento importante de resaltar, si bien no fue mencionado de forma extensiva, fue la desventaja de las PYMES para acceder a los ME dado el alto costo que representa la adquisición de dichas herramientas para el trabajo. Esto es de gran relevancia ya que puede ser una de las razones por las cuales las PYMES tienen un menor desarrollo en términos de interacción y uso de medios electrónicos en comparación con las grandes empresas. Otra desventaja importante son las limitantes frente a la información que se comunica a través de ME: *“El internet es confiable, pero no en un 100%, no falta que se filtre información”*. Lo que evidencia que algunas empresas perciben que la información que circula en internet puede ser malinterpretada o mal utilizada, generando desinformación.

#### 1.4. Uso de internet y de redes sociales en las empresas

- Las PYMES hacen más uso publicitario de las redes sociales que las grandes empresas, lo cual se debe a una mayor disposición de recursos de estas últimas. Este uso de redes sociales por las PYMES se justifica en la percepción de los empresarios del internet como una forma de comunicación veloz y efectiva, que brinda un mayor nivel de recordación que otros medios. A su vez, un empresario mencionaba cómo las redes sociales también permiten que ellos reciban retroalimentación de sus servicios permitiendo mejorar a futuro.
- Ahora bien, el uso de redes sociales suele estar permitido solamente para el uso laboral por ciertos empleados, ya que en general, se tiene prohibido el acceso a plataformas de información personal por considerarse como un distractor laboral. En este sentido, varias empresas ejercen medidas de control hacia los trabajadores: *“ni celulares, entramos y celulares apagados hasta que salimos”*.
- En general, la gran mayoría de empresarios creen que los usos del internet han generado un aumento en la competitividad de las empresas ya que

generan un mayor aumento de la productividad al ser más eficientes y a su vez, por el aumento de ventas gracias a la publicidad. De igual manera, los ME han permitido a los empresarios buscar información sobre sus empleados lo cual es percibido como un beneficio ya que permite a estos confirmar la veracidad de lo dicho por ellos, generando confianza. Por último, dentro de este beneficio, se puede ubicar una nueva forma de trabajo que es el teletrabajo, el cual representa la búsqueda de eficiencia de las empresas al generar un ahorro de tiempo en desplazamientos y comodidades para el trabajador.

- Dentro de las desventajas, algunas empresas reconocieron que el exceso de información que provee internet no cuenta con un filtro que pueda validar la información ofrecida o si la misma está actualizada. A su vez, este exceso de información se convierte en una razón para distraer a los empleados a través del uso de hipervínculos. Lo anterior es percibido como negativo por varias empresas ya que el uso indebido del internet puede ocasionar problemas técnicos haciendo el sistema más lento y menos efectivo.
- Varios empresarios hicieron mención de la pérdida del contacto personal que genera el internet en las relaciones comerciales. Según varios empresarios de las PYMES esto es negativo ya que la distancia con el cliente aumenta generando desconfianza. Un empresario decía *“No sabemos quién mandó el mensaje, eso puede traer consecuencias negativas para las negociaciones”* lo que evidenciaba otro al decir: *“No conocí jamás a quien vendí el flete, jamás le estreché la mano y no dije con mucho gusto para servirle.”* Esto es importante ya que varios participantes afirman no confiar en la seguridad del internet. Varios han conocido o sufrido robos en carne propia lo cual genera un sentimiento de inseguridad y desconfianza hacia el uso del internet en especial con respecto a los temas bancarios.

## **2. Trámites y otras relaciones con entidades públicas**

- Todas las empresas tienen relaciones con las entidades públicas a través de medios electrónicos, especialmente a través de sus plataformas en línea. Gran parte de la interacción se realiza desde los computadores, y en algunos casos desde los celulares, sin embargo estos últimos se utilizan más para consultas y comunicaciones internas.
- Ahora bien, las grandes empresas suelen confiar más en los trámites en línea que las PYMES. Esto puede deberse a que las primeras cuentan con mayores conocimientos y recursos, lo que se refleja en aspectos como la existencia de empleados dedicados específicamente a temas tecnológicos,

que garantizan la seguridad para dichos trámites. A su vez, las grandes empresas prefieren los trámites en línea porque, *“entre más posibilidades se tengan en el uso de tecnologías digitales sería mejor, más eficiente para los procesos”*. Por el contrario, los empresarios de las PYMES, que no tienen este conocimiento especializado a su disposición, tienden a preferir los trámites presenciales. Una posible explicación es que sus empleados suelen guiarse por el mero voz a voz sobre la inseguridad de los ME, gestando un proceso de desconfianza hacia lo digital y reafirmando la cultura de lo presencial.

- Sin embargo, algunas empresas no interactúan a través de ME con las entidades en gran medida por la desconfianza que les genera el uso de las páginas web durante trámites y procesos que establecen fechas límite, ya que si se dan complicaciones técnicas, como errores en el funcionamiento de la página, la empresa se vería afectada por multas o sanciones. Por lo anterior, este tipo de trámites las empresas prefieren realizarlos a través de medios presenciales. Otra de las razones por las cuales los empresarios no interactúan por medio de ME, es el desconocimiento que existe, principalmente en las PYMES, de la existencia de herramientas y oportunidades brindadas por las entidades públicas a través de estos.
- *“Independiente del sector en el que estés, público o privado, siempre vas a estar en comunicación con alguna página estatal”*, lo anterior permite inferir que, el uso de ME para relacionarse con el Estado, más que una oportunidad, hace parte de las necesidades mismas de las empresas en general. Las empresas se relacionan usualmente con las mismas plataformas (Por ejemplo la de la DIAN). El resto de interacciones con entidades se basan en las necesidades particulares de cada negocio. Ahora bien, es importante mencionar que una buena parte de la interacción que tienen las empresas con las entidades públicas es para realizar consultas de información de seguridad social, antecedentes y otros similares, más que para la realización de trámites como tal.
- Más allá de esto, las empresas tienen dos imaginarios en conflicto sobre el uso de ME. Por un lado, ven como positivo el no tener que hacer el trámite junto con un funcionario por dos razones principalmente, primero, porque *“el error humano se puede presentar más que un error electrónico”*; y segundo, porque evita la corrupción ya que *“no hay que pedir favores, ni se dan posibilidades distintas a cómo hacer las cosas”*. Por el otro, al realizar trámites por ME las empresas confían más si tienen certeza de la existencia de un funcionario que esté desarrollando el proceso. En este sentido, la existencia de un apoyo humano les da un punto de contacto con la entidad a la hora de realizar seguimientos y reclamos: *“hay reconocimientos de*



*personas, pueden haber falsedades y se sabe a quién se puede acudir o responsabilizar en caso de inconvenientes”.*

- Sin embargo, todavía permanece una costumbre del trámite presencial dentro de las empresas, ya que con el sello de recibido y la firma de un funcionario generan seguridad en los usuarios. Con los ME se pierde este sello de seguridad generando el sentimiento contrario, por lo cual prefieren realizar los trámites más importantes de forma presencial: *“uno siente que cuando envía por internet se envía allá y allá se queda, no es tan formal como cuando lo haces en físico y tienes el radicado”*. En este sentido, si bien reconocen elementos positivos frente a la confianza y seguridad del trámite por ME también se encuentra que la *tradición del papel* impide la materialización del imaginario positivo que se tiene alrededor de los ME. El comprobante físico es entonces un elemento fundamental para las empresas ya que es lo que permite realizar quejas y reclamos en caso de ser necesario. Siguiendo lo anterior, las empresas no confían totalmente de los comprobantes enviados por internet ya que tienen la percepción de que se trata de información que puede no ser verídica: *“muchas personas han manipulado esa información para perjudicar las empresas”*.
- Por otro lado, una de las razones por las cuales prima el trámite presencial es la necesidad de *feedback* ya que permite recibir información sobre los trámites: *“intentamos hacerlo pero es muy complejo porque no se recibe feedback, por eso sólo el 10% lo hacemos por ME”*. Adicionalmente, los empresarios buscan tener certeza de que la información se consignó de forma correcta: *“el medio presencial es más confiable, en internet se ahorra tiempo, pero en lo presencial tienes una persona a la cual le puede hacer diferentes preguntas y te responde de inmediato, en internet tienes que esperar a que la persona se conecte o tenga disponibilidad”*. Por otro parte, las empresas perciben que las entidades públicas no le otorgan la misma importancia y urgencia a los procesos y solicitudes realizados por ME que a aquellos realizados presencialmente.
- Las empresas consideran que lo negativo del uso de ME es el mal funcionamiento de las páginas y plataformas de las entidades como ocurre por ejemplo con la DIAN. Evidencia de esto es un reconocimiento general entre PYMES y grandes empresas sobre el problema que causan las actualizaciones de JAVA y otros softwares en épocas de vencimiento de términos. Este elemento es fundamental ya que la tecnología evoca lo que es viejo y nuevo, y en esa medida, surgen problemas de funcionamiento cuando el Estado o las empresas no se actualizan.

- Algunas empresas plantearon que estas problemáticas se dan por falta de recursos invertidos: *“(el Estado) tiene una infraestructura de bajo costo”,* lo que implica un nivel tecnológico bajo ocasionando que, *“en algunos casos, en términos digitales, uno tiene que ir de la mano con las entidades regulatorias”.* Lo anterior se ve de forma más clara en las empresas que hacen trámites de forma presencial porque no pudieron realizarlos por problemas de la página web o de la plataforma, o porque prevén este problema en fechas de vencimiento de términos y prefieren no arriesgarse. Sin embargo, estas razones son esbozadas en una inmensa mayoría por parte de las PYMES lo que sugiere una vez más las limitaciones tecnológicas que tienen estas empresas.
- Algunas empresas reflejaron como problemática la multiplicación de esfuerzos en tanto existen trámites que deben realizarse por ambos medios, electrónico y presencial, bien sea porque la totalidad del trámite no se puede realizar por un sólo medio, como es el caso de entidades que solicitan el envío de un comprobante físico para validar la información consignada a través de medios electrónicos; o porque la *cultura del papel* requiere que un trámite a través de medios electrónicos sea confirmado por un trámite presencial: *“radicar y escribirlo y al mismo tiempo hacerlo por medios electrónicos, es un desgaste, pero toca”.*
- Las grandes empresas tienen una relación tecnológica particular con las entidades públicas, ya que tienen un mayor volumen de actividades comerciales, y por ende, la construcción de plataformas y aplicativos que faciliten y agilicen los trámites y el envío de información se convierten en una necesidad de estas empresas. Lo anterior, hace que las grandes empresas tengan los medios y recursos para presionar a las entidades a relacionarse con ellas a través de ME como las plataformas especializadas, contrario a lo que sucede con las PYMES. En este sentido, es importante resaltar la experiencia de una de las empresas participantes en el estudio, la cual está construyendo un sistema de información vinculado al Ministerio de Transporte para facilitar y agilizar los informes que deben entregar al Ministerio sobre sus actividades a medida que ingresan los datos al sistema interno.
- Los sistemas de quejas, denuncias y reclamos que brindan las entidades públicas no son ampliamente conocidos por las empresas, razón por la cual hay poco uso de estos mecanismos. Esto se debe a que muchos empresarios creen que los espacios que ofrecen las entidades públicas no funcionan, y no generan respuestas o soluciones a sus problemas, ya que, en los casos en los que se han utilizado, la experiencia no ha sido mayoritariamente positiva. Esto se debe a que las solicitudes no generan un

código que les permita hacer seguimiento y en los casos donde hay respuestas, estas tienden a ser genéricas y no solucionan el problema concreto que tiene el usuario: *“no son respondidas como uno quisiera, no son tan explícitas, sino muy generales, y lo remiten es a normas y conceptos anteriores”*. Un empresario comentaba que hacen *“peticiones, y cuando no se responden ya va la queja pero eso por lo general es de una sola vía, uno no ve que pase algo. No responden o si responden, responden no como lo que es o lo que uno necesita”*.

- Aunado a esto, los empresarios creen que no es fácil acceder a esta información en las páginas web y portales estatales por un lado (los hipervínculos que direccionan a esta información no están a la mano). Por el otro lado, en caso de encontrarse la información, se solicita llenar unos formularios extensos, y no se garantiza que habrá respuesta y que esta se traducirá en una solución efectiva. Uno de los entrevistados afirmó, *“si las abren y no sirven para eso, la verdad no deberían tener ese tipo de opciones”*. Sin embargo, no todas las experiencias han sido negativas, por lo que es importante resaltar que, para algunas grandes empresas, estos sistemas son útiles para el acceso a información. Otro de los problemas identificados es la falta de personal de atención, algunos empresarios afirmaron que en momentos de alta demanda de servicios en las plataformas, la atención es demorada e ineficiente, lo cual refleja una capacidad reducida en términos de personal.

### **3. Seguridad y confianza en el uso de internet**

#### **3.1. Relación de las empresas con entidades, instituciones u organizaciones sociales**

- Una tradición de buen funcionamiento en la comunicación con empresas a través de ME, es el principal elemento que permite que una empresa sienta confianza para interactuar con otras entidades a través de estos medios. Esta tradición depende de la capacidad que tienen las plataformas en línea para lograr buenos resultados, de permitir el acceso a la información y el seguimiento del trámite durante los diferentes filtros hasta obtener respuestas por parte de los entes (este seguimiento incluye necesariamente la existencia de mecanismos que generen confirmaciones e informes a la empresas de la realización del trámite y de su estado), de la calidad de servicio, y de la rapidez con la cual se genere la respuesta: *“Que tan intuitiva sea una pagina te va a alimentar mucho la confianza en cuanto a que si tu mas adelante necesitas hacer una consulta pues puedes dirigirte a la página y lo vas a poder hacer”*.

- En otras palabras, la confianza depende de una buena experiencia pasada, que posibilita que el trámite se continúe realizando en línea a través de las respectivas plataformas. Esta experiencia anterior incluye trámites presenciales a partir de los cuales se conoce a la entidad con la que se va a relacionar la empresa, construyendo relaciones que dan garantías de ese buen funcionamiento. Esta relación se fortalece al momento de tener experiencias exitosas con estas empresas a través de ME: *“...son entidades con las que no se han tenido inconvenientes y han proporcionado la información correcta y oportuna (...) se siente confianza porque se ha tenido una buena experiencia”*.
- Esta tradición de buen funcionamiento también depende de la percepción que la sociedad tiene de los entes con los que se relaciona. En esta materia se reflejaron posiciones contrarias. Por un lado, algunas empresas afirmaron que el hecho de ser entidades públicas genera confianza, ya que son entes que tienen una trayectoria, es decir, no son entidades desconocidas para los usuarios. Por el otro, varias empresas afirmaron desconfiar más de las entidades públicas que de las privadas, principalmente a causa de los problemas de corrupción y de la mala imagen que tienen los funcionarios públicos como consecuencia de lo anterior.
- La experiencia en el manejo de ME que tienen las entidades, la cual se ve reflejada en el estado de sus plataformas y portales en línea, es otro elemento importante para que las empresas construyan confianza con estos organismos. El buen estado de las plataformas depende de varios elementos como son la información que allí se consigna, la cual debe ser clara, intuitiva (tener la capacidad de resolver dudas) y de fácil acceso. Otro elemento son los mecanismos de seguridad de las entidades como son el uso de *llaves* o *token* y el acceso sólo desde equipos autorizados por las empresas y direcciones IP suscritas; esto genera confianza en las empresas para interactuar con ellas. Las grandes empresas reconocen que en los últimos años las entidades han hecho esfuerzos importantes por garantizar la seguridad de los datos y de la información en sus plataformas y portales en línea. Adicionalmente, las grandes empresas confían más en las entidades que contratan a un tercero para garantizar la seguridad de la información, y que cuentan con un eje de vigilancia de entes de control estatales, los cuales garantizan el buen funcionamiento de las entidades con las que se relaciona la empresa.
- Para algunas empresas las transacciones y pagos virtuales generan seguridad y confianza, contrario a los trámites presenciales. Esta seguridad

se da principalmente porque el trámite no está mediado por un funcionario público, lo cual garantiza que no se manipule la información de forma incorrecta, o se vicie o se maneje el trámite de acuerdo con la voluntad de este. En este sentido, al evitar interactuar con este se evitan algunas dinámicas: *“no se tiene que rogarle a nadie ni pedirle el favor a nadie”*.

- La cultura del papel impide la construcción de la confianza entre empresas y entidades públicas, dificulta que las empresas aprovechen las oportunidades que brindan las entidades por medio del uso de ME. Esta *cultura del papel* refiere a un imaginario y una costumbre que tienen los ciudadanos, las empresas y el Estado sobre el papel como herramienta formalizadora de los trámites y acuerdos que se realizan en el día a día. Esta formalización opera como una forma de garantizar los acuerdos establecidos con las entidades. No obstante, es importante aclarar que sólo un empresario hizo mención de que por ME se puede obtener también un número de radicado de trámites o peticiones lo cual evidencia cómo la cultura del papel no ha permitido que se amplíe el conocimiento sobre esta formalización digital.
- Una de las sugerencias en materia de seguridad es el establecimiento de mecanismos como el *token*, que funcionen de manera digital, para así evitar complicaciones. En el mismo sentido, las grandes empresas sugieren la construcción de aplicaciones y portales que cumplan un escrutinio de seguridad que garantice su confiabilidad. Para esto sugieren el uso de herramientas, como organismos certificadores de seguridad, que realicen investigaciones frente a la seguridad de las plataformas; así como herramientas, como conocimientos de seguridad informática, para los usuarios que les permitan validar la confiabilidad de una plataforma o portal. Por último, se sugiere que el primer acercamiento por parte de las entidades hacia las empresas se realice a través de una página o plataforma oficial de la entidad o de forma presencial, y no por medio del correo, pues, las empresas perciben que los correos electrónicos son medios no del todo confiables ya que la información puede ser manipulable y, además, no hay certeza de quién la envía, es decir, de si hay un funcionario oficial detrás de esta información.

### 3.2. Relación de las empresas con otras empresas y firmas comerciales

- La confianza para relacionarse con otras empresas o firmas a través ME depende de los mecanismos de seguridad con que cuentan estos organismos. En este sentido, hay varias empresas que afirman no confiar en un 100% para relacionarse con otras empresas porque no todas cuentan

con mecanismos de seguridad, mientras que con otros entes como las entidades bancarias y gubernamentales hay mayor nivel de confianza ya que cuentan con dichos mecanismos.

- Uno de los principales impedimentos frente a la seguridad es la vulnerabilidad de los ME, la cual no depende de las entidades con las que se relaciona la empresa. Sin embargo, las empresas le otorgan a estas entidades la responsabilidad de brindar todas las herramientas posibles para dar seguridad y evitar los riesgos presentes en los medios. En esta misma línea, la seguridad también es responsabilidad de la misma empresa: *“La confianza va amarrada a que yo no revele mi información”*. Depende del comportamiento responsable del usuario con la información y los datos personales de cada empresa.

### 3.3. Relaciones de las empresas con entidades bancarias y financieras

- La confianza de las empresas para realizar compras y transacciones bancarias a través de internet depende principalmente de los mecanismos de seguridad que proporcionen las plataformas. Las entidades con más trayectoria e imagen favorable en la sociedad son más confiables para las empresas. Las entidades bancarias y financieras también son confiables en tanto son entes que se responsabilizan de cualquier irregularidad que se presente durante el proceso, y además, porque se percibe que siempre están atentas a hacer modificaciones, sugerencias e implementar nuevas medidas de seguridad.
- La confianza no depende únicamente del ente con el cual la empresa se relaciona, depende también de las dinámicas internas que tengan las empresas al relacionarse con estos, para impedir fraudes o fallas de seguridad. Entre estas dinámicas se encuentra el uso de *llave* o *token* para pagos en línea; uso de un sólo computador autorizado para realizar pagos; uso de varios niveles de aprobación (debe pasar por varios funcionarios) para garantizar que no hay errores ni irregularidades.
- Mecanismos como el envío de mensajes de textos y correos como comprobantes de transacciones bancarias le dan seguridad a las empresas para realizar trámites financieros a través de ME. Las empresas perciben como más seguro el trámite virtual que el presencial en materia financiera, principalmente por los mecanismos de seguridad de las plataformas en línea, por las posibilidades que brindan para realizar seguimiento a las

transacciones, y porque al eliminar el traslado físico del dinero se disminuyen los riesgos de seguridad que hay en los espacios públicos.

### 3.4. Confianza de las empresas para interactuar en redes sociales

- En su mayoría en las empresas no se evidencia un alto uso de redes sociales. Aquellas que utilizan estas redes lo hacen como medio publicitario de los productos y servicios que ofrece la empresa. En este sentido, el flujo de información pública de la empresa a través de redes sociales no implica riesgos hacia la seguridad de la empresa. En otras palabras, la información de las empresas que circula por redes sociales no es de carácter confidencial, por lo que no hay razones de peso para desconfiar de este medio y cesar su uso. Es importante recalcar que las PYMES parecen utilizar más las redes sociales, lo que se da al parecer ya que estas constituyen un medio de comunicación más accesible y gratuito que otro tipo de software especializado, mientras que las empresas grandes cuentan con plataformas especializadas.
- En general, las empresas que no hacen un gran uso redes sociales o que se muestran reticentes hacia el uso de estas, lo hacen porque las consideran como una distracción para el personal. Por otro lado, la desconfianza que pueden generar las redes sociales es producida por la desconfianza en el internet. Así, algunas empresas afirmaron desconfiar del internet: *"Todo lo que hay en internet puede ser manipulable, y puede afectar a la empresa"*.

### 3.5. Relación de las empresas con entidades públicas a través de ME

- Es importante que las entidades cuenten con herramientas para la protección de datos como no responder correos con información privada y no utilizar medios distintos a las páginas oficiales. Para estas empresas, las entidades públicas brindan oportunidades y herramientas de seguridad pero creen que en internet pueden suceder muchas cosas que se salen de las manos de estas (se relaciona constantemente el uso del internet con la idea de riesgo). Esto podría resolverse a través del envío de comprobantes que contengan información relevante como fecha, funcionario, número de radicado y asunto, a la hora de realizarle seguimiento: *"Que haya una confirmación, que no sienta uno que es comunicación de una sola vía. Cuando a ti te responden tu quedas tranquilo, que si le llegó a alguien eso que estás pidiendo"*.

- *“La desconfianza es más con los medios, con que tu de todas maneras estas transmitiendo una información y que puede haber alguien que a través de cierta tecnología pueda llegar a hackear, a sacar información y la puede sacar de contexto”.* Algunas empresas afirmaron que la información que circula por internet no es confiable porque puede manipularse. Para otras, la desconfianza se centra en la percepción negativa que tiene la sociedad sobre las entidades públicas, ocasionada por los escándalos de corrupción. Por lo tanto, establecieron que la relación con las entidades públicas está mediada más por la necesidad y las oportunidades y facilidades que brinda, que por la confianza en estas.
- Otra causa de la desconfianza de las empresas para realizar trámites a través de ME con entidades públicas, es la falta de respuestas y de recibidos en algunos trámites y procesos. Esto genera que en ocasiones, principalmente durante trámites y operaciones cortas y simples, se perciba como más eficiente y ágil el medio presencial sobre los ME.
- Para finalizar el apartado, es importante mencionar que para algunas empresas la seguridad en la relación de las empresas con entidades públicas a través de ME depende de elementos como la confidencialidad frente a cierta información de la empresa, como los secretos industriales. Este elemento es fundamental, ya que el uso de plataformas y portales en línea no seguros puede tener como consecuencia que se filtre información fundamental y privada de las empresas. *“Si no se tienen plataformas que generen seguridad y confianza no se puede interactuar”.*
- En este sentido, en cuanto a la seguridad, una de las principales sugerencias que realizaron las empresas se da alrededor del uso de herramientas que permitan validar información personal y la importancia de que esta se envíe escaneada, para así evitar trámites presenciales en esta materia. En este caso, varios funcionarios mencionaron el uso de Certicámara como una herramienta efectiva, en la cual se pueden basar las entidades públicas para mejorar algunos trámites. En el mismo sentido, sugirieron replicar mecanismos efectivos utilizados por otras entidades, como el sistema de Chat de la Cámara de Comercio. Por otro lado, sugirieron como medida la contratación o alianza con terceros que cumplan funciones de vigilantes y garantes de la seguridad y del buen funcionamiento. De la misma forma, propusieron el uso de herramientas como el “Ethical Hacking” para realizar estudios de vulnerabilidad de las plataformas y portales en línea, para así identificar falencias y solucionarlas.



## 4. Percepción de las entidades públicas y la interacción con ellas a través de ME

### 4.1. Confianza

- Varias empresas, afirmaron que la confianza se fortalece con las campañas y propagandas institucionales encaminadas hacia la educación frente a dinámicas de las empresas mismas para garantizar la seguridad de sus datos y para dar a conocer sus plataformas, como es el caso de la Superintendencia de Comercio, entidad que realiza foros de amplia participación, en los que exponen sus herramientas y las novedades.
- En ese mismo orden de ideas, para varias empresas, la confianza para realizar trámites y procesos con entidades públicas a través de ME se fortalece con mecanismos educativos como reuniones, capacitaciones y foros con el objetivo de mostrar las plataformas y portales en línea, hacer propaganda sobre lo que ofrece cada uno, y sobre cómo usarlos de manera efectiva. Uno de los problemas que identificaron las empresas alrededor de estos mecanismos es la poca participación e interés de las empresas por asistir. En este sentido, resaltaron la importancia de reconocer la responsabilidad que tienen las empresas en la construcción de confianza y de relaciones útiles con las entidades públicas. *"Las empresas también deben tener el deseo de educarse, de capacitar a la su gente en esas posibilidades"*.
- La confianza de las empresas hacia las entidades públicas se ve reflejada en el uso constante de las herramientas en línea para realizar trámites y procesos. Por lo general, si un proceso en línea tuvo una respuesta satisfactoria, es común que la empresa continúe desarrollando ese proceso por ME. En pocas palabras, la confianza se centra en haber tenido una buena experiencia. Esta buena experiencia está determinada por la seriedad de las entidades, las respuestas pertinentes, la trayectoria positiva y la agilidad en los procesos. Más aún, las empresas hacen énfasis en el reconocimiento de los errores y falencias de las entidades y la solución pronta y efectiva de estas. En este sentido, el profesionalismo de los funcionarios es un elemento importante para generar confianza.
- La desconfianza frente a la relación con entidades públicas a través de ME recae en los niveles de corrupción de estas, y en los escándalos públicos en lo que se han visto inmersos sus funcionarios. A pesar de lo anterior, las empresas reconocen que es necesario, útil y efectivo relacionarse con las

entidades públicas: *"Las entidades públicas no dan confianza, sin embargo dan oportunidades en la eficiencia"*.

- La desconfianza también va de la mano con la respuesta ineficiente y demorada, o con la no respuesta de las peticiones, trámites y procesos que realicen las empresas a través de ME. Además, a pesar de que pocos participantes lo reconocen, se explicaba que la desconfianza también estaba relacionada con la falta de conocimiento, de información y de habilidad por parte de ellos mismos frente al uso de medios electrónicos. En este sentido, el miedo de los empleados a cometer errores en trámites por medios electrónicos tiene como consecuencia que estos confíen más en los medios presenciales.
- Algunas empresas establecen que la desconfianza frente a la interacción con entidades públicas a través de ME, está relacionada con la información que es presentada en las plataformas en línea. En esta materia existen experiencias negativas, en tanto la información que se encuentra en las plataformas y portales muchas veces no coincide con la información dada por funcionarios ya sea en el desarrollo del trámite presencial, o en el desarrollo de talleres de capacitación y propaganda.

#### 4.2. Eficiencia

- Las empresas entienden por eficiencia, información clara, oportuna y con un resultado exitoso. También se relaciona con la facilidad y agilidad en el acceso a la información y los medios para realizar solicitudes, trámites y procesos con las entidades públicas por ME. En otras palabras, la eficiencia implica poder cumplir o llevar a cabo una tarea, y que el sistema sea flexible y permita llevar a cabo las distintas tareas necesarias para la empresa. La eficiencia también se relaciona con la efectividad de las plataformas y portales en línea; la cual se ve reflejada en plataformas intuitivas y ágiles. El buen funcionamiento de las páginas está determinado por la información organizada, el acceso a instructivos, las capacitaciones que se ofrecen y las posibilidades de trazabilidad de los trámites.
- Las empresas también relacionaron la eficiencia con el ahorro de tiempo, como decía un empresario: *"antes te demorabas todo un día, mientras firma el uno, mientras va el mensajero a coger la otra firma, mientras va a al banco, ahora es mucho más rápido"*. Del mismo modo, está ligado al ahorro de materiales como el papel: *"la cultura digital nos permite ser una empresa más ambiental, se gasta menos papel"*. Un trámite eficiente es aquel que le

evita al usuario la realización de varios procesos como ir a buscar a los diferentes funcionarios que deben firmar o estar presentes en el trámite: *"El trámite se hace sin tramitología como sucedía antes (...) hay menos carga operativa"*. En este sentido, un proceso eficiente es aquel que es simple de realizar y se realiza de forma segura.

- Adicionalmente, las entidades públicas eficientes son aquellas que actualizan y corrigen de forma rápida la información en sus plataformas y portales en línea; y que cuentan con plataformas tecnológicas y herramientas que facilitan los procesos (chats en línea, vídeo llamadas, tutoriales, etc). Una herramienta que resaltaron algunas empresas fue el VUCE del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la cual proporciona información de forma eficaz y soluciona problemas. Asimismo, las entidades eficientes son aquellas que permiten el monitoreo de procesos y trámites realizados por ME. Por otro lado, son entidades que detectan y solucionan los problemas, y en caso de no poderlo solucionar brindan herramientas para que la empresa lo haga. De esta forma, son entidades que están capacitando a las empresas al mismo tiempo que realizan el trámite.
- Una de las principales falencias en términos de eficiencia identificadas por las empresas es la demora o ausencia de recibidos y de respuestas a las solicitudes, trámites y procesos que realizan estas. En casos en que sí hay respuestas éstas suelen darse fuera de los términos y suelen ser muy generales, por lo que no resuelven las dudas y peticiones específicas de cada empresa. En el mismo sentido, la poca eficiencia se refleja en que las quejas y los reclamos que se realizan a causa de equivocaciones no tienen mayor repercusión, ya que se siguen cometiendo los mismos errores, y muchas veces no se da una respuesta directa al usuario.
- Para varias empresas, la ineficiencia es uno de los elementos que afecta la confianza. Esta ineficiencia es entendida como la existencia de información incompleta, limitada (información disponible solo para ciertos sectores o territorios), confusa, y en ocasiones, contradictoria, en las plataformas o portales electrónicos de las entidades públicas. Adicionalmente, la existencia de links rotos, de información desactualizada en las plataformas y portales, así como errores técnicos, como problemas de visualización, de coherencia gráfica, de archivos y softwares, y de complejidad, son otros elementos que caracterizan a una entidad ineficiente: *"Si ves que empieza a volverse decadente la forma en que se está presentando la información en cuanto a la calidad, en cuanto a esa misma experiencia de layouts, que*

*debería tener toda la página del Ministerio y los portales que están con él, si genera desconfianza, eso es otra cosa, no está linkeado con el Ministerio".* Por último, esta ineficiencia también está relacionada con el servicio que brindan los funcionarios públicos, el cual en ocasiones es de poca calidad debido a la falta de colaboración, de respuesta inmediata y efectiva y de interés a la hora de atender dudas.

- En materia de eficiencia la principal sugerencia de las empresas a las entidades públicas es mejorar los aspectos técnicos de las plataformas y portales en línea para hacer rápidos y exitosos los trámites. Varias empresas afirmaron que estas falencias hacen que en ocasiones la relación con la entidad sea mínima haciendo preferible hacer el trámite presencial, porque el virtual genera más esfuerzos.

#### 4.3. Transparencia

- En las relaciones con entidades públicas, la imposibilidad de encontrarse con un mal funcionario que no sepa dar información o vicie el proceso es lo que genera transparencia. *"en internet no hay chance de hacer trampa o cambios, es transparente"*. En este sentido, para algunas empresas la transparencia es garantizada por el medio (internet) más no por la entidad. Así, establecen que los trámites en línea son más transparentes que los trámites presenciales, ya que estos no son mediados por un funcionario y su voluntad personal: *"no hay posibilidad de negociar con el funcionario"*. Frente a esta problemática de la corrupción, algunas empresas destacaron la existencia del Portal Unificado de Contratación con el Estado, como una herramienta para democratizar el proceso de licitación pública, ya que cualquier empresa que cumpla los requisitos puede acceder a la convocatoria y participar de ella; lo cual lo hace un proceso más transparente.
- Por otro lado, el seguimiento y la trazabilidad son elementos que definen si la entidad es transparente. De la misma forma, el acceder a información actualizada de forma fácil y eficiente también determina la transparencia de las entidades con las que se trata. Este acceso eficiente está mediado por la respuesta que dan las entidades, considerando que las que dan respuestas inmediatas, claras, veraces y confiables son consideradas más transparentes. En este sentido, la coherencia entre la información brindada y el servicio proporcionado también son reflejo de una entidad transparente. Por último, la transparencia también fue asociada por algunas empresas

con elementos como: actuar conforme a la ley, honestidad y procesos de certificación de calidad interna de las entidades.

- Las empresas identifican la transparencia de la relación con algunas entidades a partir de los siguientes criterios y elementos. Primero, son aquellas entidades con las cuales no se han tenido inconvenientes como la pérdida de la información, la falta de respuesta frente a un trámite, etc. Un segundo elemento son las respuestas de fondo de las entidades a los problemas de las empresas. Generalmente piensan que las entidades no transparentes son aquellas que no responden solicitudes, quejas ni peticiones, o que si lo hacen, es a partir de respuestas superficiales: *“son respuestas por salir del paso”*. Otro elemento es la facilidad de acceso a la información en línea, contando con un espacio para las quejas y sugerencias de las empresas. Un cuarto elemento, es la existencia de campañas para publicitar la información y las oportunidades que brindan las plataformas y los portales en línea.
- La mayoría de las empresas confían en que las entidades públicas no mienten frente a la información y a los trámites y procesos que realizan; sin embargo, dudan frente a la transparencia del Estado. Adicionalmente, sienten que la mejora en el servicio en línea ha aumentado los niveles de transparencia de las entidades.

#### 4.4. Participación

- Para muchos de los participantes, los entes de control son los que cuentan con mayores espacios de participación efectivos para incidir. Sin embargo, son pocas las empresas que han tenido experiencias de participación con entidades públicas, y lo atribuyen a que no han tenido interés o no han visto la necesidad debido a que las entidades públicas no tienen contacto con el empresario, por lo que en varias ocasiones no han dado feedback a los usuarios. Adicionalmente, el ritmo laboral de los empleados de las empresas impide que se estén consultando periódicamente las herramientas de participación y las noticias sobre los nuevos procesos y proyectos de las entidades públicas.
- Por otro lado, las empresas creen que hay poco conocimiento de los espacios de participación que proporcionan las entidades. A pesar de estas problemáticas, las empresas perciben que en los últimos años las entidades públicas han aumentado las posibilidades de participar por medio de espacios para que el usuario pueda opinar: *“Si son más participativas, hay muchas formas de poder acceder a la información que no existían antes...”*

*hay la facilidad de poder hacerle seguimiento a todos esos mecanismos de rendición de cuentas que sí hacen que sea un poco más participativo de lo que era antes". Sin embargo, para algunas empresas uno de los principales impedimentos para la participación es la poca importancia que se le da a la participación individual de cada empresa y por esto, algunas afirmaron que para lograr un verdadero impacto en las entidades, deben participar como gremio.*

- Algunas empresas identificaron que en la actualidad las entidades públicas tienen que cumplir con la participación, en tanto es una de sus obligaciones. Sin embargo, algunas empresas realizaron críticas frente a los procesos de participación afirmando que, las entidades se limitan a prestar su servicio, lo cual genera un proceso de comunicación de una sola vía, es decir, unilateral. Paralelo a esto, perciben que no hay medios de participación efectivos que inviten a las empresas a generar conocimiento que pretenda mejorar el servicio que prestan la entidades públicas.
- Por otro lado, algunas empresas hablan de sus propias responsabilidades durante los procesos participativos: *"No es sólo poner la queja. Es necesario hacerle seguimiento a la queja, presionar para que cambie la situación".* En este sentido, *"es un tema de voluntades del que se queja y del que debe atender ese reclamo".* De la mano con la responsabilidad de la empresa, se encuentra la responsabilidad de la entidad, la cual no se limita a establecer espacios de participación, sino que también está relacionada con garantizar que esa participación va a ser tenida en cuenta, es decir, debe existir una constancia de que va a cambiar la situación.

## **5. Imaginarios y valores asociados al uso de medios electrónicos con entidades públicas (Primeras recomendaciones)**

- La mayoría de PYMES adujeron la falta de cultura digital en la empresa como una razón importante para no relacionarse con las entidades por ME. Este motivo está relacionado con tres variables claves dentro de este tipo de empresas, contrario a lo que se vio con las empresas grandes: el desconocimiento de los ME para realizar trámites y consultas, la falta de recursos tecnológicos y la barrera generacional. Por un lado, la mayoría de PYMES reconocen un desconocimiento de las plataformas o páginas para hacer trámites y por otro lado, esgrimen que las personas adultas o viejas prefieren hacer los trámites presenciales dado el costo que deben asumir para aprender nuevas tecnologías.

- Siguiendo las ideas anteriores, las empresas identificaron una gran variedad de barreras o limitaciones para relacionarse con las entidades del Estado a través de ME. Una primera barrera es lo que los empresarios conocen como *páginas no amigables*, que significa que las páginas no son simples de usar y en consecuencia, el proceso de consulta de información se vuelve largo y engorroso para los usuarios. Una empresaria comentaba *“hay veces entro y pongo quinientas cosas y cuando voy a llenar las quinientas cosas ya me cansé y no continúo”*. Asimismo, el desconocimiento de estas herramientas o la falta de conocimiento para poder usarlas, que tiende a ser asociado con los empleados de mayor edad, se convierten en barreras para que las empresas se relacionen a través de estos medios. Esto genera a su vez una cultura del miedo, que es una poderosa barrera para la interacción digital con el Estado, que parte del temor de los empleados a cometer errores en el uso de ME y a sus consecuencias. Teniendo en cuenta esto, las empresas notan que las entidades no tienen sistemas de comunicación efectivos, como lo es el chat del servicio al usuario de la DIAN, que permiten guiar a los empleados a través de las consultas o trámites que puedan realizar, generando seguridad en el usuario. En consecuencia, se percibe que las entidades no prestan una ayuda necesaria y completa para que la empresa que interactúa con estas lo pueda realizar de manera eficiente y sin mayores traumatismos.
- Adicionalmente, varios empresarios de las PYMES mencionaron a sus superiores como barreras, ya que estos no promueven el uso de los ME causando que sus subordinados no puedan utilizar dichos medios para interactuar con el Estado. Por otro lado, un empresario comentaba que *“hay barreras legales que no permiten trascender a hacerlo electrónico”*, refiriéndose a la imposibilidad de realizar ciertos tramites por medios digitales ya que en las mismas empresas aun prevalece la *cultura del papel* y el trámite presencial. Estos tres elementos se convierten en grandes limitantes para el desarrollo cultural de las empresas, especialmente en las PYMES de municipios pequeños, que permanecen a la sombra del desarrollo tecnológico.
- Antes de profundizar en las falencias en el uso de ME de las empresas, es importante mencionar que estas reconocen más fácilmente los errores del Estado que los propios. Sin embargo, algunas empresas reconocen que les falta conocimiento sobre las herramientas electrónicas que brindan las entidades para mejorar las relaciones. Esto evidencia que las empresas reconocen que la cultura digital aún no se ha asentado en ellas y hace falta un mayor conocimiento sobre los ME que usa el Estado, como el conocimiento de herramientas técnicas y tecnológicas para su uso.

- Además, varias empresas reconocieron limitaciones en el comportamiento interno de estas frente a los trámites y procesos con el Estado. En este sentido, afirmaron que muchas veces errores técnicos como las fallas en las páginas o plataformas de las entidades, pueden evitarse si se comprometen a realizar los procesos con días de antelación y no sobre el tiempo. Así, también se impediría que las páginas colapsen en fechas cercanas al plazo límite.
- En cuanto a los funcionarios públicos, las empresas plantearon la necesidad de mejorar la calidad humana de estos, para conseguir una atención más cálida, eficiente y personalizada. También sugirieron construir mecanismos para conocer la opinión de las empresas sobre los servicios que prestan las entidades, y así realizar los cambios pertinentes para mejorar el servicio. Por último, sugieren utilizar la sección de noticias de cada página web para que al momento de acceder se conozcan qué temas se tratan y en qué se puede participar. De esta forma, se busca hacer más visibles los espacios de participación para los usuarios. Para ello, las empresas plantean la necesidad de tomar como ejemplo experiencias positivas como la de la DIAN, entidad que genera informes sobre los proyectos de ley que se están adelantando en su campo y los cambios institucionales importantes.
- Las empresas creen que es fundamental hacer publicidad, mediante estrategias similares a los buses de cultura bancaria de algunos bancos, con el fin de dar a conocer las oportunidades y facilidades que brindan a través de ME; y de esta forma mejorar las relaciones con las entidades: *“hay que tocar a la gente para que use los medios que se están generando... ir a llevarles la tecnología, la experiencia”*. Sin embargo, algunas empresas creen que la publicidad no es lo único necesario sino que también se requiere generar espacios para conocer las necesidades de las empresas ya que, como dice un empleado *“puede que estén haciendo mucho desarrollo pero el usuario no la necesita”*. En términos simples, se cree que *“lo que necesitan las empresas del Estado es ir un paso más adelante que los usuarios”*. En esa medida, lo que las empresas buscan es generar relaciones bilaterales con el Estado para generar una relación efectiva y eficiente en gestar una mejor relación por los ME.
- Por otro lado, la mayoría de PYMES afirmaban que las entidades deberían dar garantías de seguridad para generar confianza en el uso de los ME, como podría ser contratar empresas especializadas en seguridad informática. Es factible plantear que las grandes empresas no requieren esto ya que cuentan con recursos propios para poder garantizar ciertos



niveles de seguridad ante ciertos riesgos, a los cuales las PYMES están más expuestas. Asimismo, las PYMES creen que se debe mejorar la confianza en las entidades ya que sienten que la corrupción también se traslada a los ME. En suma, las empresas también buscan que se genere una mayor confianza en las entidades y los medios para relacionarse con ellas para fomentar una relación más sólida y continua.

- Por último, es necesario mencionar algunas sugerencias y recomendaciones que hicieron los empresarios al Ministerio de las TICs. Como primera recomendación, y siguiendo la necesidad de publicidad de los ME, las empresas creen que el Ministerio debe impulsar y presionar a las entidades para que den a conocer tanto las plataformas y páginas web como las capacitaciones en estas. Asimismo, creen que el Ministerio debería obligar las empresas y entidades a contratar servicios de seguridad de ME o hacer uso de herramientas como el “Ethical hacking” para mejorar la seguridad de las plataformas y páginas. Dentro de este mismo bloque de sugerencias, se mencionaba generar incentivos, como la reducción de impuestos, para que las empresas fomentaran el uso de los ME para relacionarse con las entidades.
- Otras sugerencias al Ministerio se relacionan con ofrecer a las empresas las garantías frente a robos, información engañosa y portales falsos. De esta forma, sugieren que el Ministerio regule a las empresas de servicios de internet por publicidad engañosa, y haga seguimiento de la calidad de la información publicada en las páginas web y del funcionamiento de estas; al mismo tiempo que capacita e incentiva a los cargos altos de las empresas a conocer y actualizarse en materia digital.
- Por otro lado, existe un gran deseo de que las entidades amplíen sus servicios por ME y se cree que el Ministerio debería ser un eje director de esta expansión, haciendo que las herramientas electrónicas de las entidades siguieran un patrón único que permitiera mayor facilidad de uso de los ciudadanos. De esta forma, se agilizaría el proceso de aprendizaje de las ME para relacionarse con las entidades, ya que pasar de una plataforma a otra no constituiría un cambio tan agresivo.

### **Conclusiones y Recomendaciones**

Alrededor de las creencias, percepciones, prácticas y hábitos de las empresas se refleja que la cultura digital en las empresas ha ido permeando sus diversas estructuras como también las actividades comerciales que realizan diariamente. De esta forma, las entrevistas y sesiones de grupo muestran un aumento en los niveles de interacción con entidades públicas a través de medios electrónicos; y que, si bien todavía hay falencias, las plataformas han mejorado, y cada vez más

aumentan los trámites y procesos que se realizan a través de ME. Sin embargo, se observa como aún existen limitaciones y barreras que bloquean el avance de la cultura digital en las empresas.

Así, en primer lugar es evidente que cada vez más, la tecnología digital está presente en una mayor cantidad de procesos que realizan las empresas. No obstante, los trámites presenciales y la *cultura del papel* aún tiene un papel fundamental en las actividades de las empresas. Los empresarios, que son ciudadanos comunes y corrientes, aún tienen resistencias para confiar en el mundo digital, ya que lo perciben como algo ajeno a la realidad. Lo digital se encuentra en un mundo difícil de palpar. Por el contrario, el papel genera una mayor confianza y seguridad al ser un elemento palpable.

Ahora, en segundo lugar es importante resaltar dos elementos importantes a tener en cuenta a la hora de generar políticas estatales para incentivar el uso de ME en las empresas. En primer lugar, la capacidad de acceso a ME con la que cuentan las empresas, ya que esta depende de la capacidad económica y el territorio en que se encuentra la empresa. Teniendo esto en cuenta, el Estado debe adoptar políticas que tengan en cuenta las diferencias entre una PYME y una empresa grande, y entre las empresas urbanas y las empresas urbano-rurales o en territorios periféricos; para así evitar la configuración de dinámicas que segreguen y aumenten las brechas entre empresas. Asimismo, las herramientas electrónicas que generen no pueden llegar a exigir velocidades de internet o software avanzado a las que las PYMES y otras no puedan tener acceso.

En tercer lugar, es menester de las entidades públicas tener en cuenta que las necesidades de las empresas también dependen de sus capacidades, actividades y ubicación geográfica. De esta forma, es común que las PYMES que se encuentran en municipios pequeños tengan una necesidad menor de acceder a ME, contrario a lo que sucede con las grandes empresas ubicadas en las principales ciudades. Adicionalmente, ya existe una trayectoria de las grandes empresas en el uso de ME, lo cual se ve reflejado en el uso de softwares especializados para relacionarse con las entidades de acuerdo con sus necesidades. Por el contrario, las PYMES han hecho avances importantes en este tipo de relaciones, pero sigue siendo una relación poco desarrollada. Es necesario entonces, que las políticas del Estado se concentren en generar nuevas herramientas y software para relacionarse más y mejor con las PYMES. Por lo tanto, resulta clave construir políticas que permitan un acercamiento efectivo y eficiente de las entidades con las diferentes empresas a lo largo del país.

En cuarta instancia, tal como se dijo, la confianza y la eficiencia están directamente relacionadas con las experiencias pasadas. Es decir que las experiencias positivas en el primer acercamiento de las entidades con las empresas garantizan que éstas continúen utilizando medios electrónicos para relacionarse con las entidades públicas. Por lo anterior, es importante resaltar que

es fundamental que el Estado tenga en cuenta las recomendaciones tanto en materia de educación como de divulgación que realizaron las empresas, ya que estos acercamientos son cruciales para reemplazar la *cultura del papel* con la cultura digital, e incentivar la confianza y credibilidad en las entidades públicas.

Así, en términos de divulgación se propone el uso de pautas en radio y televisión que, además de ser un medio de propaganda, sea un medio para garantizar la seguridad en el uso de ME para relacionarse con entidades públicas. También se sugiere la realización de campañas y visitas periódicas a las empresas para darse a conocer como entidades confiables y útiles: *"así como una empresa tiene que vender sus productos, las entidades tienen que vender sus servicios"*.

En cuanto a la capacitación, las empresas plantearon que los primeros acercamientos se den de forma presencial, para resolver eficazmente las dudas específicas de cada empresa. Para que estas capacitaciones tengan amplia participación, varias empresas plantearon el uso de incentivos, principalmente económicos. Asimismo, se recomienda a las entidades instalar computadores con las herramientas necesarias para hacer trámites en sus sedes, para que los usuarios, acompañados de un funcionario, vayan aprendiendo a usar estas herramientas. Lo anterior, como se ha venido explicando en el informe, es fundamental para generar confianza ya que las personas aprenden a usar los ME, disminuyendo las posibilidades de malas experiencias y a su vez, generando un relación de eficiencia que desemboca en un aumento de la confianza.

Adicionalmente, en materia de eficiencia es importante resaltar que la rapidez en los procesos y trámites no necesariamente es mayor si el trámite es digital y no presencial, al igual que un trámite no necesariamente es menos efectivo y rápido si se realiza por medios presenciales. En este sentido, se resalta que, ya sean trámites presenciales o digitales, el Estado debe concentrar esfuerzos en solucionar problemas en las entidades como la capacitación de los funcionarios públicos, y el uso de ME avanzados que corrijan los errores de las plataformas y portales web. Para esto, se sugería que las empresas sirviesen como ejemplo para emular formas adecuadas y efectivas de relacionarse con los usuarios ya que *"El privado siempre va a estar ahí por una competencia, por estar muy pendiente de ese usuario final, que uno no ve en una entidad pública"* De esta forma, se transmitiría el conocimiento y la experiencia a las entidades públicas lo cual es clave ya que muchos perciben que el sector privado tiene mejores servicios por ME que las entidades del Estado.

En cuanto a la transparencia, las empresas reconocieron los avances en torno a esta materia en los trámites y procesos que realizan con entidades públicas a través de ME. Así, varias empresas identificaron como una ventaja de los ME la

reducción de la corrupción, la cual asocian a no tener interacción con funcionarios públicos. En otras palabras, las empresas creen que la no participación de funcionarios públicos en los trámites y procesos elimina los riesgos frente a la corrupción, y evita que los intereses personales de un funcionario vicien los procesos de las empresas. Sin embargo, aún es mayoritaria la desconfianza hacia las entidades públicas, lo cual refleja que, la razón por la cual las empresas interactúan con las entidades a través de ME es la necesidad y obligación de realizar ciertos trámites, y no la confianza en esos medios. Partiendo de lo anterior, se considera que el Estado podría fortalecer esa imagen de transparencia que se le otorga a los ME, para mejorar la imagen de las entidades públicas, y mostrar que es confiable y efectivo realizar trámites con ellas.

En materia de participación, es importante mencionar dos elementos. Por un lado, la concepción de participación que tienen los participantes y por el otro, los espacios de quejas y denuncias de las entidades. En cuanto a la primera, es particular que se concibe la participación con las entidades públicas como un espacio para presentar quejas y reclamos frente a los trámites que realiza cada uno de ellos. Esto denota una enorme limitante en lo que refiere a la participación democrática ya que los empresarios no ven que la participación va más allá e implica incidir en la formulación y creación de proyectos de ley, resoluciones y políticas públicas de las entidades que podrían beneficiar al sector empresarial en general. De acuerdo con esto, pareciera que el Estado está fallando en la construcción y difusión de sus espacios de participación ya que lo anterior evidencia un desconocimiento de estos, y a su vez, refleja una desidia del Estado para fortalecer dichos espacios, que si bien existen, pareciera que nadie usa.

Por último, existe un elemento extraído de lo dicho por las empresas acerca de los espacios de quejas y reclamos que es de gran relevancia. En el imaginario de las empresas los espacios que ofrecen las entidades públicas para realizar quejas y sugerencias existen, pero de forma formal; es decir, no hay un real involucramiento de las empresas en el funcionamiento de las entidades públicas. Lo anterior fortalece la visión de que las entidades públicas tienen una falta de interés frente a estos espacios, y a las opiniones y sugerencias de los usuarios.

En conclusión, el anterior análisis es muestra de una cultura digital que se ha ido afianzando en el imaginario y los hábitos de las empresas que cada vez usan más estas herramientas para relacionarse con sus pares y con las entidades públicas. Sin embargo, aún existen barreras y limitantes que no permiten que la cultura digital se afiance en las empresas como son la *cultura de papel* y los trámites presenciales. Así pues, el Ministerio de las TICs debe ser un ente que coordine los esfuerzos del Estado y sus entidades para lograr facilitar dicho afianzamiento a través de estrategias homogéneas para mejorar las relaciones por medio de ME con las empresas. Para ello es fundamental que las entidades estatales tengan en cuenta las sugerencias y recomendaciones presentadas por las empresas, lo cual

les permitirá lograr mejoras en los procesos y resultados efectivos en la adopción de políticas que se implementen en materia de cultura digital.