

LAS EMPRESAS Y SU MIGRACIÓN A LA TECNOLOGÍA

AUTORES: Genesis Yamileth Contreras Del Valle ¹

Marcell Aldair Pionce Arteaga ²

Lady Eliana Suarez Chancay ³

Ingrid Maria Victores Choez ⁴

Mario Javier Marcillo Merino ⁵



DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: pionce-marcell7470@unesum.edu.ec

Fecha de recepción: 18/12/2020

Fecha de aceptación: 10/04/2021

RESUMEN

En el presente trabajo se da a conocer como las empresas a medida que avanza el tiempo se empapan sobre lo que es el ámbito de la tecnología el cual está dando mucho de qué hablar, actualmente la mayor parte de las empresas se vieron obligadas a emergerse en este nuevo mundo, para no terminar en la quiebra y poder saber sobrellevar la situación. Sabemos que una de las herramientas más usadas actualmente es el internet ya sea para compra, venta, exposición de productos, uso estudiantil y uso comercial, por esta razón cada proceso a realizar se vuelve más factible. La mayoría de los procesos actuales de ventas de las empresas son en línea debido a la actual pandemia que vive el país por esto en este artículo se explica porque las empresas optan por emigrar hacia el mundo tecnológico.

Palabras claves: empresas; marketing digital; negocios; procesos; tecnología.

¹ Estudiante de Noveno semestre de la Carrera de Tecnologías de la información - Universidad Estatal del Sur de Manabí Jipijapa-Manabí-Ecuador- contreras-genesis8294@unesum.edu.ec

² Estudiante de Noveno semestre de la Carrera de Tecnologías de la información - Universidad Estatal del Sur de Manabí Jipijapa-Manabí-Ecuador

³ Estudiante de Noveno semestre de la Carrera de Tecnologías de la información - Universidad Estatal del Sur de Manabí Jipijapa-Manabí-Ecuador

⁴ Estudiante de Noveno semestre de la Carrera de Tecnologías de la información - Universidad Estatal del Sur de Manabí Jipijapa-Manabí-Ecuador

⁵ Docente de Carrera Tecnologías de la Información en la Universidad Estatal del Sur de Manabí Jipijapa-Manabí-Ecuador.

COMPANIES AND THEIR MIGRATION TO TECHNOLOGY

ABSTRACT

In this work it is revealed how companies as time progresses become soaked in what is the field of technology which is giving much to talk about, currently most of the companies were forced to emerge in this new world, so as not to end up bankrupt and be able to cope with the situation.

We know that one of the most used tools today is the internet, whether for purchase, sale, product display, student use and commercial use, for this reason each process to be carried out becomes more feasible. Most of the current sales processes of companies are online due to the current pandemic that the country is experiencing, this is why in this article it is explained why companies choose to emigrate to the technological world.

Keywords: companies; digital marketing; business; processes; technology.

INTRODUCCIÓN

Con la reciente pandemia es evidente que el mundo entero y la vida humana cambió, estos cambios se reflejan en diversas actividades que realizan las personas día a día, entre ellas se encuentra el comercio y las empresas, son parte vital del sistema en el que vivimos. Sin embargo, debido a los acontecimientos del 2020 esta área se vio fuertemente afectada, por el cierre forzoso de negocios que incluso llegaron a quebrar.

Eh ahí donde la brecha del comercio electrónico y las diversas tecnologías que se ven involucradas se disparó, pues los emprendedores y empresarios que decidieron migrar su negocio hacia las tecnologías para tratar de mantener a flote sus emprendimientos se dieron cuenta del inmenso potencial que tiene esta rama de la tecnología. El internet y los diferentes softwares que se ejecutan sobre él, tienen el poder de conservar y mejorar los negocios que se ejecutan por este medio.

El comercio electrónico tiene las ventajas de crear tiendas digitales que pueden ser creadas mediante software específicos o programadas desde en cero, sea cual sea la forma de creación, siempre resulta más económica de mantener a comparación de una tienda física, además la captación de datos de los clientes se agiliza mucho con esta herramienta, y la experiencia de usuario se puede mejorar hasta el punto de darle mayor comodidad y confort al cliente.

Las redes sociales juegan un papel muy importante en este medio, debido a que son el canal ideal para ejecutar el marketing para realizar las ofertas y promociones que atraigan al cliente, la captación y retención de los consumidores se logran con campañas publicitarias efectivas, además ahí se ejecuta el reconocimiento del negocio o branding y se crean comunidades en torno a la marca.

Además, las herramientas digitales permiten almacenar y procesar los datos que son obtenidos de los clientes, con el objetivo de descubrir patrones de comportamiento que ayuden a la toma de decisiones de las empresas, en la actualidad se consideran a los datos como el activo más valioso que tiene una compañía puesto que con un buen estudio de la información de los consumidores se pueden lograr campañas más efectivas.

En el presente artículo se detalla más a fondo las funciones de las herramientas digitales que aportan de gran manera a las empresas, es por ello que cada vez más empresarios están llevando sus negocios al mundo tecnológico y aprovechar todas las oportunidades que estas herramientas brindan sacándoles el máximo provecho a la operabilidad que estas poseen.

Y también se describe como va cambiando el área del comercio con el surgimiento masivo de nuevas tecnologías enfocadas a empresas, puesto que se ha visto afectada la interacción entre las empresas y negocios con los consumidores.

DESARROLLO

LAS EMPRESAS Y SU MIGRACIÓN A LA TECNOLOGÍA

La migración tecnológica es un concepto que se da en las viejas generaciones, dónde por un futuro más actualizado se busca superar ese muro, pero es un concepto que está por desaparecer, porque hipotéticamente las nuevas generaciones ya casi nacen con un Smartphone bajo el brazo, las tecnologías se han vuelto tan indisolubles de nuestras vidas que cada vez son más los estudios que nos remiten a ellas para hablar de nuestras formas presentes y futuras de trabajo, de ocio, de relación, de control, de vigilancia, de orden, etc. Uno de los campos donde se comienza a prestar un especial interés es el que estudia el impacto psicosocial de las tecnologías en la transformación y vivencia de los procesos migratorios.

La migración tecnológica donde la interacción humana – máquina es sencilla se ha logrado con éxito, pero es momento de hablar de las tecnologías digitales que han logrado que el cambio en el desarrollo tecnológico cambie de forma impresionante. La invención de las computadoras digitales con su complemento el Internet han logrado que la era de la información esté al alcance de muchos, pero no sea comprendida por la mayoría, por lo cual migrar a una nueva tecnología en la era digital es más complicada, debido a la gran cantidad de herramientas y aplicaciones que cuentan estas tecnologías. Muchas personas nacidas antes de la época digital han visto la importancia y las nuevas posibilidades que pueden alcanzar al llegar a ellas, razón por la cual muchos emprenden un viaje del conocimiento para conseguir un nuevo objetivo, en el que un gran porcentaje no logran pasar el muro de la era del conocimiento digital, siendo deportados de las nuevas oportunidades laborales.

La migración es un concepto que no se manifiesta únicamente en las comunidades de una nación por la falta de oportunidad económica de los individuos, sino también, se presenta en las generaciones humanas nacidas antes de la generación del milenio; las dos presentan retos por hacer un nuevo cambio en los individuos, están sustentadas en la necesidad, pero siguen un camino diferente. En este caso en particular nos centraremos en la migración tecnológica, la cual tiene el objetivo de buscar un futuro más actualizado, cruzando las fronteras hacia los nuevos desarrollos tecnológicos. (A., 2013)

En las últimas décadas, las generaciones humanas han sufrido transformaciones en los desarrollos tecnológicos que han sido un parte-aguas en la forma de ver, sentir y hacer las actividades cotidianas; un ejemplo donde la migración tecnológica logró una adaptabilidad en muy poco tiempo fue el cambio de las planchas con carbón donde las mujeres pasaban mucho tiempo en lograr esta actividad del hogar, hacia las planchas eléctricas, haciendo que la tarea del planchando fuera más fácil y rápido.

Las compañías tecnológicas punteras -y en especial las fabricantes de tecnología documental- que mantienen una fluida comunicación con sus clientes son conscientes de las necesidades empresariales a las que estas se enfrentan con el paso del tiempo. Ese *feed-back* proporciona la

información necesaria para que dichas empresas puedan reinventarse y ofrecer una migración fácil y segura desde plataformas obsoletas. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) constituyen una herramienta poderosa para promover el crecimiento económico de los países en desarrollo.

Las TIC e Internet son los motores de la Economía Digital, pues contribuyen a impulsar la innovación, el crecimiento económico, generar fuentes de empleo, aumentar la productividad, potenciar la competitividad, entre otros beneficios.

Entre el 2008 y 2012 el impacto de las TIC en la economía ecuatoriana fue de, aproximadamente, 0,052% por cada 1% de aumento en la penetración de banda ancha fija. Asimismo, la Banda Ancha en Ecuador ha contribuido a disminuir el desempleo, pero sobre todo a generar fuentes de trabajo. De acuerdo con el estudio “Modelos para el Plan Nacional de Banda Ancha”, realizado por el Dr. Raúl Katz para el MINTEL, un aumento de 1% en penetración de Banda Ancha incrementa en 0,0156 puntos la tasa de ocupación, y disminuye en 0,105% el desempleo.

Con base en estos resultados, el aumento en la penetración de la Banda Ancha de 4,19% a 5,21% en el 2012 generó más de 85.000 empleos, de los que 6.960 se originaron de la mano de obra desocupada; mientras que 79.394 crecieron de la mano de obra inactiva y subempleada. En cuanto a las metas relacionadas con conectividad, el incremento de velocidad y penetración residencial y empresarial, posibilita dinamizar las estructuras económicas del Ecuador, ya que se busca conseguir un aumento de penetración de Banda Ancha fija de 5,21%, en el 2012, a 20%, en el 2017, lo que aportará en el crecimiento del PIB acumulado de 7.250 millones de dólares.

A través de los diferentes planes y programas que ejecuta el MINTEL, como: Infocentro Comunitarios, Plan Nacional de Banda Ancha, alistamiento digital, Televisión Digital Terrestre se promueve el uso de las TIC para aplicarlas en actividades que aporten en el enriquecimiento del intelecto de las personas; así como en la promoción del turismo o en la generación de negocios y fortalecimiento de la matriz productiva. Como Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información buscamos democratizar las tecnologías; por ello, empoderamos a los diferentes actores sociales en este proceso de cambio y Revolución Tecnológica. MINTEL/DS. (Ecuador, n.d.)

Los locutorios como espacios tecnológicos

En los últimos años, hemos asistido a un incremento considerable de los locutorios en nuestras ciudades, incremento que ha ido de forma paralela a la importancia que han ido adquiriendo las TIC tanto en la transformación de nuestras formas de hacer sociedad, como en su consideración a la hora de explicar ciertos cambios sociales (Peñaranda, 2005). Para comenzar, podríamos decir que los locutorios son espacios tecnológicos, dada su caracterización como espacios contenedores de tecnologías en su interior (teléfonos, Internet, fax, sistemas de envío de dinero, etc.). Estas tecnologías, están contribuyendo a la aparición de nuevas formas (o quizás podríamos decir simplemente diferentes) de comunicación, siendo éstas más veloces e instantáneas. Esta velocidad e instantaneidad en las comunicaciones corre pareja a la hipótesis de la relativización que las innovaciones tecnocientíficas han provocado en las clásicas dimensiones del tiempo y del espacio. En nuestra época actual de la sociedad de la información, caracterizada por la circulación de flujos, por la multiplicación de la interconectividad, por la velocidad que todo lo

impregna, las TIC también han contribuido a la reconceptualización de ambas dimensiones, difuminando los límites entre ellas y posibilitando que las distancias se acorten y se tornen alcanzables, y que los tiempos necesarios para superar estas distancias se condensen y se tornen instantáneos.

Esta condensación de los tiempos y las distancias, facilitada por la emergencia de las TIC, ha tenido un especial impacto en los procesos migratorios transnacionales. Los actuales movimientos migratorios están insertos en las dinámicas propias de la sociedad de la información, sociedad caracterizada por la predominancia de los flujos y las conexiones (Diminescu, 2010). Es evidente que, sin este modelo de sociedad, los actuales movimientos migratorios serían muy diferentes. Por ejemplo, ¿serían posibles las remesas sin la existencia de artefactos tecnológicos que posibiliten las transferencias bancarias? o ¿sería posible el mantenimiento de redes familiares sin ese contacto cotidiano que posibilitan artefactos como el teléfono o el email? Sin ir más lejos, podríamos pensar en cómo las nuevas tecnologías han contribuido a dotar de cierta velocidad a estas relaciones atravesadas por grandes distancias geográficas: las cartas que se enviaban antaño y que tardaban meses en cruzar océanos han sido "substituidas" (en mayor o menor medida) por nuevas formas de contacto más veloces e instantáneas, como una llamada telefónica o un email.

Y es justo en este sentido en el que, los locutorios, por el hecho ser espacios tecnológicos, contribuyen a esta dinámica de la "condensación" y "reducción" de las distancias a partir del contacto cotidiano que posibilitan. Estos espacios, que en principio sólo contenían servicio telefónico a bajo coste, han ido incorporando otros artefactos y aparatos tecnológicos que están contribuyendo a facilitar, en diferentes niveles, la comunicación y el contacto de sus usuarios/as con sus lugares de origen. Veamos a continuación cuáles son los artefactos que contienen los locutorios en su interior y qué usos se dan por parte de las personas en tránsito.

Teléfono

El teléfono sigue siendo, a día de hoy, uno de los artefactos más utilizados para mantener el contacto entre las personas que se encuentran separadas como resultado del proceso migratorio. Esta preeminencia se debe, fundamentalmente, a dos aspectos: por un lado, porque el teléfono parece ser, hasta el momento, una de las tecnologías más comunes, accesible y universal para las poblaciones que residen, no sólo a ambos lados del eje migratorio sino en toda la extensión del propio proceso migratorio; por otro lado, porque el teléfono posibilita "escuchar la voz" del otro, aspecto considerado de gran relevancia para aquellos/as que permanecen separados/as por la distancia. La prueba de que el teléfono sigue siendo el artefacto de comunicación por excelencia, la tenemos en el incremento del tráfico de llamadas internacionales en los últimos años. Como apunta (Vertovec, 2004), entre 1989 y 1999 el tráfico internacional de llamadas se duplicó gracias a los avances tecnológicos que han posibilitado un aumento de la capacidad de transmisión de datos a costes más bajos. Los locutorios, en este sentido, ofrecen llamadas telefónicas a bajo coste, así como la venta de tarjetas telefónicas de prepago, que son el otro elemento que ha contribuido también de forma importante a este aumento de las llamadas

internacionales. Vertovec (2004a) destaca la contribución de las llamadas telefónicas internacionales baratas en los procesos de vinculación global, sobre todo en colectivos como el de los/as inmigrantes. Para este autor, este tipo de llamadas operarían a modo de "pegamento social" (social glue), ya que la comunicación telefónica, y por tanto el contacto, se vuelve algo accesible y, por ende, cotidiano.

Internet

El segundo artefacto por excelencia presente en los locutorios es el acceso a Internet. La incorporación del acceso a la World Wide Web en los locutorios ha permitido impregnar de más velocidad a la conexión entre personas. Los/as usuarios/as de los locutorios pueden conectarse a Internet para buscar información en la red (como por ejemplo, consultar diarios, radios o televisiones de su país de origen), usar el correo electrónico para comunicarse con sus amigos/as y seres queridos, visitar y participar de/en webs diasporitas (es decir, webs que aglutinan a personas que comparten un lugar de origen pero que se extienden por las diferentes geografías de la diáspora migratoria), mantener el contacto a través de Facebook u otras redes sociales, etc. En esta línea, también encontramos diversos softwares de comunicación sincrónica (como los chats y el programa Messenger) que permiten el establecimiento de conversaciones donde se puede escuchar y visualizar al interlocutor, así como los nuevos sistemas de telefonía por Internet o voz IP (VoIP), como, por ejemplo, el programa Skype.

La importancia de las TIC

No reside en la tecnología en sí, sino en el hecho de que permita el acceso al conocimiento, la información y las comunicaciones; elementos cada vez más importantes en la interacción económica y social de los tiempos actuales. La Asociación Americana de las Tecnologías de la Información las define como "el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, este es sólo un medio más, el más versátil, pero no el único; también los teléfonos móviles, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc." En pocas palabras, las Tecnologías de la Información tratan sobre el empleo de ordenadores y aplicaciones informáticas para transformar, almacenar, gestionar, proteger, difundir y localizar los datos necesarios para cualquier actividad humana.

Banegas y Myro (2008), analizando con base de datos económicos y TIC, medidas en términos físicos y por cada 100 habitantes (número de ordenadores, usuarios de Internet, líneas telefónicas y número de teléfonos móviles) corroboran que las TIC incrementan la tasa anual de crecimiento de la renta per cápita y la productividad en el trabajo.

Las TIC y su adaptación y uso por parte de las empresas, han sido investigadas (a nivel nacional) a través de diversas clasificaciones o tipologías, Sieber y (Valor, 2005) las clasifican de la siguiente forma: Páginas web y comercio electrónico, herramientas de productividad y trabajo en grupo, herramientas de colaboración y portales, Wi-Fi/LANS inalámbricas y sistemas de planificación integrada de recursos empresariales (ERPs).

Por otra parte, Vilaseca y Torrent (2004) recurren a la siguiente clasificación de las TIC: Telefonía móvil, ordenadores (PCs), conexión a Internet, red/es locales, intercambio electrónico, página Web y correo electrónico.

En otro estudio reciente, Nieto y Fernández (2005) aplican la siguiente tipología entre aquellas empresas con dominio del Internet: Website en el servidor propio de la empresa, compra de bienes o servicio por Internet, venta electrónica a los consumidores finales y venta electrónica a otras empresas.

Una de las ventajas de las TIC está en la definición de nuevos mercados y nuevas oportunidades de negocio que surgen a partir de las posibilidades que la tecnología ofrece, posibilitando transacciones que, de otra manera, no se hubieran podido realizar o hubieran sido muy difíciles de implementar (García Canal et. al., 2007).

Siguiendo con el trabajo de estos autores, nos dice que Amit y Zott (2001) concluyen en su investigación sobre la creación de valor en los negocios virtuales que Internet y las TIC permiten la introducción de innumerables innovaciones en relación a las formas en las que se realizan las transacciones que abren nuevas vías de interacción, no sólo con los clientes actuales sino también con nuevos clientes potenciales. Evans y Wurster (2000) argumentan que las TIC permiten a las empresas ampliar el ámbito de sus sistemas de comunicación con sus clientes sin que ello suponga una pérdida en cuanto a las posibilidades de intercambiar información en la cantidad de la misma, la personalización y la interactividad. Estudios empíricos de Brynjolfsson, Hu y Smith (2003) muestran que el uso de Internet por las empresas crea más valor para los consumidores por ampliar la gama de opciones que por ofrecer productos a costes bajos.

La inversión en TIC permite: que se pueda recoger la información de los clientes y se disponga de información actualizada sobre los mismos; que se integre información procedente de distintas funciones que interactúan con los clientes y disponibles a través de diferentes canales; que los empleados que interaccionan con los clientes tengan acceso a toda la información; que la información se pueda utilizar para desarrollar perfiles de clientes, segmentar mercados, identificar los canales apropiados para alcanzar a los clientes, personalizar ofertas, lanzar nuevos productos/servicios que encajan cada vez mejor con las necesidades de los clientes, identificando a los mejores y haciendo llegar la oferta directamente a los clientes y con un mayor grado de personalización; el que acudiendo a mercados abiertos para atraer a los clientes potenciales con algún tipo de reclamo, les haga conocer su web y acudir a ésta antes que a otras, tratando posteriormente de retenerlos con una gama de productos y servicios que satisfagan sus necesidades; y por último, permitir que los clientes tengan una comunicación interactiva con la empresa y dispongan de múltiples canales de comunicación con la organización, de forma que la comunicación entre la empresa y el cliente sea regular.

En conclusión, cabe significar la interrelación existente entre las ventajas estratégicas competitivas relacionadas con la utilización de las TIC, pues se evidencia que se produce la creación de valor con la adopción de las TIC: tanto por el uso exclusivo para mejorar la eficiencia, como por la búsqueda del aprovechamiento para fidelizar a los clientes; así como para

atraer a nuevos clientes y explotar nuevas oportunidades de negocio. En tal sentido, las TIC pueden contribuir al liderazgo en costes y la diferenciación de forma simultánea.

También podemos señalar que las TIC favorecen la segmentación como una de las derivadas dentro de la estrategia competitiva. La generación de productos que conlleva la continua innovación en la empresa, supone una especialización en productos y mercados, estableciéndose unidades de negocio dedicadas a clientes concretos y mercados específicos. El uso de las TIC mediante el neuromarketing y el desarrollo y gestión de las bases de datos supone identificar las necesidades y demandas de los clientes, lo que permite segmentarlos de forma individualizada buscando el perfil adecuado a los productos y servicios, agrupándolos adecuadamente. La estrategia deberá definir el segmento de mercado al que dirigirse, determinando en base a la rentabilidad, en qué segmento o nicho habrá que crecer, así como qué segmento habrá que reducir o eliminar. De otro lado, el conocer mejor a los clientes permitirá adecuar las políticas de fidelización (Castelló, 1996).

¿Cuáles son los factores clave que avalan el éxito de una migración?

En primer lugar, que el nuevo software reemplace de una forma segura al producto desfasado, para que garantice la conservación íntegra de los datos. Y, en segundo lugar, que este proceso permita la ampliación de las funcionalidades acordes con las necesidades del negocio en un mercado en ebullición tecnológicamente hablando. Los retos de la implantación de un nuevo sistema de gestión documental pueden parecer numerosos, pero si se trata el proceso de migración de datos, con buenas prácticas, se podrán evitar los posteriores problemas. Para conseguir un reemplazo satisfactorio, es necesario contar con un enfoque sólido, así como con los recursos y los tiempos adecuados. Solo de esta forma, se podrá confiar en que el nuevo sistema soportará el proceso empresarial.

Renovarse o desaparecer

El primer paso consiste en la realización de una asesoría técnica por parte de la empresa fabricante de software de tecnología documental, que haya sido seleccionada como proveedora. Es muy conveniente involucrar, además de los miembros del equipo TI, a otras áreas que, aunque sea de forma colateral, puedan estar implicadas en el proceso migratorio. Por ello, con el fin de optimizar la implantación de la nueva estructura, se creará un equipo multidisciplinar que esté formado por el personal TI y por, al menos, un representante de cada área funcional de la compañía. De esta forma, cada departamento trasladará al personal técnico las funcionalidades utilizadas en su área, con el fin de que este proceso no altere las aplicaciones ya existentes y respete cada una de las necesidades organizativas.

Igualmente, involucrar a la dirección en la migración también es importante, ya que su visión global ayudará a darle una perspectiva de conjunto y así el equipo formado podrá tener en cuenta todos y cada uno de los aspectos cruciales del proceso.

El procedimiento

A la hora de extraer e importar los datos del viejo al nuevo sistema de gestión documental, también hay que tener en cuenta las características técnicas del personal TI que lo va a realizar. Dependiendo del sistema heredado, la extracción de los datos puede implicar la codificación del software y el uso de otros paquetes que ayuden a realizar el proceso. En estas situaciones es

necesario barajar la posibilidad de capacitar a otros empleados internos o, incluso, externalizar el proceso. Como es lógico cada una de las opciones tiene sus costes y ventajas.

Al hablar de proceso de migración hacia un nuevo sistema de gestión documental, se está teniendo en cuenta que no es un evento puntual. De hecho, una de las primeras creencias que cometen algunas empresas es precisamente eso, actualizar su software como si de algo rápido y concreto se tratase. Craso error, ya que es algo que puede derivar en algo mucho más complejo, en donde existe un procedimiento técnico que debe estar bien planificado de principio a fin y detallado en cada una de sus etapas.

Las facetas que se deben tener en cuenta en el proceso de migración son:

- **Tiempo:** determinar cuántas migraciones serán necesarias para poder calcular su duración de implantación.
- **Capacitación:** formar el equipo que vaya a realizar el trabajo, ya que de esta forma será más fácil determinar el origen de los datos, cuál es su condición y a qué tablas y campos del nuevo sistema hay que migrar. Tener conocimiento del nuevo software es vital para poder entender cómo funciona y de esta forma tomar las decisiones acertadas.
- **Optimización:** reducir al máximo el número de variaciones de la migración. Se debe evitar la continua modificación de datos y conceptos, ya que esta serie de cambios puede alterar alguna de las áreas implicadas, lo que provocará la falta de fluidez del proceso.
- **Pruebas:** cuanto más minuciosa sea la verificación de los datos en el nuevo sistema, más probabilidad hay de que el proceso sea un éxito. Para ello, se planificará un calendario de pruebas, en un entorno de pruebas, exacto al entorno de desarrollo dónde se vaya a lanzar la nueva aplicación. (Olivares, 2013)

Sin dudar, de que la migración tecnológica concebida como una adecuación a las nuevas exigencias del mercado conlleva unos beneficios económicos, que las empresas pueden cuantificar en un periodo de tiempo a corto-medio plazo. Pero, además, existen otros beneficios indirectos de una migración hacia un sistema de gestión documental avanzado -que también tienen una repercusión en el incremento de la productividad- entre los que destacan: la mejora en los procesos de negocio; un mejor rendimiento, ya que no se pierde tiempo en las operaciones realizadas en un software obsoleto; y una mayor motivación de los empleados, que optimizan su trabajo debido a esta renovación tecnológica.

CONCLUSIONES

Coexiste un significativo potencial a ser explotado en el perfeccionamiento de la tecnología y de la tendencia que favorezca a las compañías en todos sus rases monetarios, y por ello es transcendental meditar la precipitación de progresar en la indagación y el monitoreo, a favor del principal cometido humanitario.

La complicación y las directrices existentes, en material de tecnologías transformativas, demandan de un administrativo bien instruido y educado, por ello es preciso desplegar campañas públicas metodologías, habituales y que comprendan a diversas divisiones de la sociedad. La indagación debe ser confidencial, irrefutable y cristalina, y debe dar definición de los conflictos y beneficios que en ella se pueden dar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A., A. Z. (28 de enero de 2013). *Migración tecnológica, por un futuro más actualizado*.
- Diminescu, D. (2010). *Présentation Réseaux*. Obtenido de http://wsispapers.choike.org/papers/esp/susana_rol_gobiernos_sc.pdf
- Ecuador, G. d. (s.f.). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de Las TIC son motores de la Economía Digital: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/las-tic-son-motores-de-la-economia-digital/>
- Olivares, J. A. (27 de Dic de 2013). *La migración tecnológica es la clave para la competitividad empresarial*. Obtenido de <https://www.docpath.com/art-migration-system-document-software-technology/?lang=es>
- Peñaranda, M. C. (2005). *El locutorio como espacio social transnacional: Una mirada psicosocial*. Obtenido de Athenea Digital: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/240/240>
- Valor, S. (2005). " Las TIC como agente de cambio en la empresa española. Situación actual y tendencias de futuro". *Cuadernos de estudio del E- business. Centre PriceWaterhouseCoopers & IESE 1-46*. Obtenido de Cuadernos de estudio del E- business. Centre PriceWaterhouseCoopers & IESE 1-46.
- Vertovec, S. (2004). *Trends and Impacts of Migrant Transnationalism. Working Paper 3*. Obtenido de Centre on Migration, Policy and Society. Oxford University.: <http://www.compas.ox.ac.uk/publications/Working%20papers/Steve%20Vertovec%20WP0403.pdf>