

INNOVACIÓN DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOSAUTORES: Kirenia Maldonado Zuñiga¹Henry Joel López Piloso²Joel Jair Parrales Baque³DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: lopez-henry9906@unesum.edu.ec

Fecha de recepción: 25/11/2020

Fecha de aceptación: 22/04/2021

RESUMEN

La presente investigación se basó sobre el estudio de las distintas creaciones y tecnologías y como estas tienen la posibilidad de servir para mejorar nuestros propios negocios, la importancia de esta indagación está en que las empresas deben apostar por la transformación tecnológica para enseñar el impacto de la ciencia y la tecnología en las empresas. El objetivo de esta investigación ha sido examinar las distintas tecnologías y herramientas que tienen la posibilidad de usar en el planeta de los negocios. Se usaron métodos de la indagación científica donde predominaron los procedimientos teóricos y procedimientos empíricos los cuales sirvieron para la obtención de los resultados. Se logró obtener tácticas innovadoras para incrementar el incremento de los negocios con la utilización de las tecnologías y herramientas de actualidad. Se concluye que la tecnología es un instrumento que posibilita mejorar la eficiencia de los proyectos sociales y comerciales, con la innovación tecnológica se van a permitir a las organizaciones oportunidades para incrementar su compromiso con la sociedad.

PALABRAS CLAVE: comercio; internet; publicidad.**INNOVATION OF TECHNOLOGY IN THE WORLD OF BUSINESS****ABSTRACT**

This research was based on the study of the different creations and technologies and as these have the possibility of serving to improve our own businesses, the importance of this investigation is that companies must bet on technological transformation to teach the impact of the science and technology in companies. The objective of this research has been to examine the different technologies and tools that have the possibility of using in the business world. Methods of scientific inquiry were used where theoretical procedures and empirical procedures

¹ Máster en Ciencias de la Educación, Licenciada en Educación Informática. Docente de la carrera en Ingeniería en Tecnologías de la Información. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Manabí, Ecuador. kirenia.maldonado@unesum.edu.ec

² Henry Joel López Piloso, estudiante de la carrera Tecnologías de la Información en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa – Manabí – Ecuador. lopez-henry9906@unesum.edu.ec

³ Joel Jair Parrales Baque, estudiante de la carrera Tecnología de la Información en la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa-Manabí-Ecuador. parrales-joel6703@unesum.edu.ec

predominated, which served to obtain the results. It was possible to obtain innovative tactics to increase business growth with the use of current technologies and tools. It is concluded that technology is an instrument that makes it possible to improve the efficiency of social and commercial projects, with technological innovation; organizations will be allowed opportunities to increase their commitment to society.

KEYWORDS: advertising; commerce; internet.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la utilización de tecnologías recientes e innovadoras en los negocios son relevantes, pues dichos permiten la optimización de sus ventas en los diferentes productos que estos ofrezcan y además permiten llegar a más consumidores, la tecnología posibilita poder llevar un adecuado inventario de los productos que tengan el en comercio lo que además les posibilita saber en qué momento ya estarán por terminarse.

La tecnología tiene un monumental efecto en las operaciones comerciales. Independientemente del tamaño de su organización, la tecnología puede traer varios beneficios y ayudarlo a obtener más ingresos. El papel primordial de la tecnología en el comercio es fomentar el aumento y mejorar las operaciones. Sin tecnología, es casi seguro que las organizaciones no van a poder sobrevivir en el mercado universal altamente competitivo presente. (Melo, 2018)

La tecnología es el recurso vital para esos pequeños negocios (Pymes) en proceso de incremento, es un instrumento que puede optimizar y mejorar los procesos de producción, organización, programación, ventas, cobranza y capacitación

La importancia e impacto de esta indagación radica en que las organizaciones tienen que apostar por la transformación tecnológica para mostrar el efecto de la ciencia y la tecnología en las organizaciones. Independientemente del tamaño del comercio o del tamaño de la organización, gracias a la externalización y la innovación inteligente en el campo empresarial, por el momento no se necesita invertir millones de dólares para disponer de los superiores recursos técnicos.

DESARROLLO

Es muy importante saber que la tecnología en los negocios es de vital en la actualidad. Los recursos han optimizado la forma de administrar los productos como haciendo transacciones de forma más eficientes y rápida. La tecnología está transformando muchos cambios en los aspectos de los distintos negocios, como en la recopilación de datos, la contabilidad, promociones y ventas de diferentes productos.

La tecnología tiene un gran avance en las operaciones comerciales. Sin importa el tamaño de tu empresa, mediante herramientas digitales se puede aportar muchos beneficios que te ayudarán a obtener mayores ingresos para los negocios, lo que se busca es mejorar el crecimiento y las operaciones. (Melo, 2018).

Los desarrollos en la comunicación y en la tecnología de la información han ayudado a las empresas a mantenerse conectadas en un momento dado, aumentando su eficiencia, productividad y su capacidad de reaccionar frente a las dificultades.

Optimización de las gestiones

Las organizaciones se enfrentan constantemente al reto de producir más gastando menos. Para crecer, las empresas están buscando maneras de mejorar sus procesos de una forma que resulte en la reducción de costes y en una conciencia de lo que realmente representa cada proceso dentro de la empresa. El éxito, reside en la capacidad de adaptación a un mundo tan cambiante como el actual que demanda la inversión en tecnología. La transformación digital son las innovaciones tecnológicas que se adoptan y utilizan las empresas.

Las fases para la transformación digital en empresas

La transformación de las empresas se traduce en la implementación de la digitalización de una forma transversal en 3 fases:

Gestión del cambio

Los agentes involucrados deben ser conscientes de los cambios a los que se enfrentan. Con este fin, se puede solicitar la implementación y promoción de la nueva tecnología obtenida. Los puestos de trabajo, especialmente lo de administración para gestión de los negocios.

Definición de la estrategia de transformación digital de la empresa

Implementar y medir las nuevas características son importante aprovechar las facilidades y oportunidades que nos brindan las diferentes herramientas de automatización de marketing, lo que permite mecanizar muchos procesos. Como resultado, se puede dedicar más tiempo a otras áreas como medición y análisis, lo que ayuda a predecir nuevas oportunidades o amenazas para los negocios.

Integración de la tecnología en empresas y su evolución

En este proceso de transformación digital es fundamental la combinación de todas las estrategias y canales para la producción de la empresa y a los usuarios darle una mejor calidad de producto. Este es un proceso de desarrollo continuo, y las alianzas con terceros pueden representar este progreso digital (Baird, 2020).

Innovación y Tecnología en el emprendimiento

En los últimos años, el avance tecnológico más destacado se ha convertido en una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas que saben utilizar la mejor tecnología para combinarla con buenas ideas de negocio.

Mejorar el nivel de participación empresarial, para eso se cuenta con una serie de planes para apoyar a los pequeños empresarios y orientarlos en el proceso de fusión y estabilización empresarial, incluyendo análisis de incubadoras, otros aspectos, opciones financieras. Informarle cómo obtener financiación en los documentos necesarios para registrar la idea.

Las estrategias están equipadas con la última tecnología, que brindan una serie de servicios, para que las personas puedan conocer y comprender oportunamente temas de actualidad, como el uso de Internet, aplicaciones, correo electrónico, videoconferencia, agenda pyme, entre otros. La distribución tiene como objetivo promover el acceso de los ciudadanos a numerosos recursos de información nacionales e internacionales y servicios relacionados con las tecnologías de la información para facilitar su trabajo diario y reducir la brecha digital en los negocios (Fonseca, 2018).

Importancia de la tecnología en las medianas empresas en crecimiento

Las empresas de tamaño medio luchan cada día para seguir el ritmo de los avances tecnológicos para adaptarse a ellos con el fin de agilizar sus procesos y, por supuesto, seguir siendo competitivas en el mercado.

La tecnología es el recurso básico de aquellas empresas que están en el proceso de crecimiento, es una herramienta que puede optimizar y mejorar la producción, organización, programación, ventas y cobranza, formación. Esto permitirá establecer una ventaja competitiva para posicionarse en el mercado, atraer más clientes y, por supuesto, lograr mayores niveles de productividad e incluso expansión.

Si no existe un buen soporte técnico, las barreras de comunicación retrocederán. La comunicación entre empleados y gerentes no se limitará a simples llamadas telefónicas, también se pueden utilizar otros métodos de comunicación como el correo electrónico, las redes sociales empresariales, las videollamadas y los boletines informativos para mantenerse en contacto con cada miembro. Es útil para mejorar la comunicación con proveedores, clientes y socios comerciales.

Invertir en tecnología es muy beneficioso para las nuevas empresas medianas que sean más competitivas, seguir el ritmo de los competidores o incluso superarlos. La tecnología permite que los ejecutivos aprovechen y se den cuenta de las oportunidades en los mercados nacionales e internacionales cada vez más desafiantes, con lo que potencialmente se expanden y abren nuevas oportunidades comerciales. La inversión en infraestructura tecnológica también ayuda a mejorar la percepción de la empresa por parte de los clientes y otras pymes del sector.

Para los tomadores de decisiones, el tiempo es un recurso muy valioso porque necesitan obtener información confiable de manera útil y rápida sobre las operaciones de la empresa para tomar medidas. Actualmente, las herramientas tecnológicas pueden proporcionar información operativa integrada en tiempo real, por lo que el gerente o supervisor de una organización siempre puede ver esta información (Castro, 2016).

Beneficios de la innovación tecnológica en las empresas

Mejore la competitividad en comparación con otras organizaciones en su área de mercado es un espacio dentro de la empresa que se especializa en investigar y crear ideas de desarrollo basadas en tecnología. No importa cuán grande sea la competencia, las organizaciones que incluyen innovación tecnológica son más competitivas que cualquier otra organización.

Las mejores posiciones de la industria se evidencian en las empresas que se han enfocado en incorporar la innovación tecnológica en ella han logrado claramente ascender a las mejores posiciones en su industria. Esto sucede porque las organizaciones que apuestan por este enfoque están mejor preparadas para los cambios en la innovación.

Mejorar la eficiencia de la prestación de los servicios de la empresa de forma tecnológica que ayuda en el proceso productivo, sino que también enriquece la calidad de los servicios prestados a los usuarios y al público. Cuando la empresa decide cambiar y agregar este tipo de idea, la reputación de la empresa mejora debido a la eficiencia del servicio brindado.

Aumentar las ventas con nuevos clientes comprensible, porque los consumidores siempre están buscando productos nuevos. Recuerda, un cliente nunca te elegirá para satisfacer necesidades, porque la competencia también puede hacerlo, porque lo que brindas o lo haces sentir diferente.

Prepara a la empresa para un futuro con los cambios en la experiencia del servicio, las tendencias actuales porque tecnología se está volviendo cada vez más innovadora, trabajar con los cambios futuros. Además, agrega experiencia y aprendizaje a todos los miembros de la empresa (Barrera, 2017).

Tecnología en los negocios

La demanda de tecnología empresarial está creciendo con el tiempo, el mundo se está adoptando cada vez más a los dispositivos informáticos. La innovación puede nutrir el negocio y la tecnología crea un camino apropiado para el desarrollo de la innovación, por lo que se puede decir que el negocio necesita tecnología para mantenerse.

El papel de la tecnología en los negocios es crucial. En las últimas décadas, la tecnología ha simplificado la forma en que se realizan las operaciones comerciales al aumentar la velocidad y la eficiencia de las transacciones. La tecnología está cambiando muchos aspectos en el ámbito de los negocios.

La tecnología tiene un gran impacto en las operaciones comerciales. Independientemente del tamaño de su empresa, la tecnología puede traer muchos beneficios y ayudarlo a obtener más ingresos. El papel principal de la tecnología en el negocio es impulsar el crecimiento y mejorar las operaciones. Sin tecnología, es casi seguro que las empresas no podrán sobrevivir en el mercado global altamente competitivo de hoy.

Diferentes industrias y empresas confían en la tecnología porque puede mejorar la comunicación empresarial, optimizar la producción, la gestión de inventario y el mantenimiento de registros financieros.

El proceso innovador en la actividad empresarial

La empresa debe tener una estrategia de acción, especialmente en la toma de decisiones. Para lograr un conjunto de objetivos comerciales en todos los niveles, y todos estos objetivos están relacionados con el éxito.

La innovación tecnológica incluye la implementación de nuevas ideas en las instituciones. Esta novedad puede estar relacionada con la presentación de nuevos productos o servicios en el mercado, así como con los cambios tecnológicos internos que aparecen en el nuevo modelo organizativo. Por tanto, los cambios introducidos en la forma de producir, financiar o comercializar productos o servicios también se consideran innovaciones tecnológicas.

La innovación ha producido cambios importantes en el mercado, poniendo a prueba la flexibilidad y las capacidades de aprendizaje de la organización. Este tipo de interrupciones también cambian los recursos prioritarios de la industria o área de negocio y cambian la forma en que las empresas compiten entre sí.

La mayoría de los casos de innovación tecnológica están relacionados con cambios constantes en el tiempo. Por tanto, los productos, servicios o procesos internos se van adaptando a las mejoras tecnológicas que van apareciendo en el mercado.

Es importante gestionar que los consumidores ya conocen el producto y le proporcionan un producto que mejora la versión a través de un canal o proceso diferente. Además, los trabajadores deben minimizar sus procesos y esperar aumentar la eficiencia.

Las empresas que llevan a cabo una transformación tecnológica están listas para ingresar a nuevos mercados. Las ventas en línea para pequeñas empresas y pequeñas y medianas empresas: la aplicación de nuevas tecnologías ha convertido a muchas empresas en una audiencia global.

Los procesos de innovación y aprendizaje, especialmente aquellos con base tecnológica, juegan un papel protagonista para transformación del conocimiento general acumulado desde el aprendizaje formal y no formal en capacidades, capacidades y soluciones específicas son fundamentales para el desarrollo de los negocios.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la presente investigación se utilizaron métodos de la investigación científica tales como:

Métodos teóricos

Este procedimiento permitió encontrar en el objeto de la indagación las colaboraciones fundamentales y las cualidades primordiales, no detectables de forma sensorial, se utilizaron los siguientes métodos teóricos:

Histórico – lógico

Se usó este procedimiento para la busca de los precedentes de la investigación y demás adelantos de los negocios mediante la tecnología.

Análisis – síntesis

Este procedimiento permitió examinar las diversas tecnologías y herramientas que tienen la posibilidad de usar actualmente para el desarrollo de los negocios, además permitió hacer una síntesis sobre la utilización de estas creaciones.

Inducción – deducción

Se usó este procedimiento para hacer un razonamiento general de las diversas tecnologías que tienen la posibilidad de ejercer los negocios, llegando a la deducción de escoger una sola tecnología que posibilite integrar en una sola las múltiples propiedades de las ventas en los negocios.

Métodos empíricos

Se utilizaron los siguientes métodos empíricos:

Observación

Se aplicó este procedimiento para hacer una observación real de los negocios actualmente y como mediante las tecnologías tienen la posibilidad de innovar.

Revisión bibliográfica

Se usó esta técnica para el estudio y revisión de diferentes fuentes para obtener información y sirvan de fundamentos para la investigación.

Revisión sistemática

Esta técnica se aplicó para en el estudio y revisión de diferentes artículos e indagaciones de diferentes autores y de esta forma lograr tener los resultados de la investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de diferentes fuentes de investigación es que existen estrategias para aumentar el crecimiento de los negocios con la implementación de las tecnologías.

Al aplicar las técnicas de búsqueda definida, se encuentra 119 artículos, enfocado al tópicos y cantidad de investigaciones sobre las bases de datos (Tabla1).

Tabla 1. Tópicos y cantidad de artículos encontrados

Tópico	Artículos
Social	27
Internet	26
Organización	11
Innovación	30
Negocios	25
Total	119

De los 119 artículos encontrados, de los autores resultaron de diferentes temas más sobre empresas, dentro de los seleccionados la innovación son los más utilizados para emprender los negocios, después sigue los negocios que se enfoca en los procesos de tácticas para mejorar la gestión digital y las tecnologías.

En la siguiente tabla 2 se muestra las recomendaciones para el diseño de los modelos de negocios que son fundamentales para ejercer ideas con las herramientas tecnológicas.

Tabla 2. Recomendaciones para lograr Modelos de Negocios sostenibles

Identificar el segmento del mercado
Crear propuesta de valor para cada segmento de mercado identificado
Diseño e implementación de mecanismos de captura de valor para cada segmento de mercado identificado
Buscar y determinar “mecanismos aislados” para hacer difícil la copia por los competidores, así como reducir intermediación cliente-proveedor

El modelo de negocio juega un papel primordial en el mercado, se lo considera como la base fundamental de las estrategias de los comerciales por sus productos y servicios que ofrecen a los clientes, por lo tanto, son tácticas que usan para darle una productiva a las ventas. También permiten visualizar y establecer las recomendaciones para los proveedores que hacen uso de las tácticas que deberán emprender.

La identificación de recursos es la clave principal. El modelo de negocio, se relaciona con el dinero, entrega de valores a los clientes tiene una receta para el cambio y se centra en la oportunidad. Mientras que la estrategia contiene el factor diferenciador, complementa del modelo y ayuda a tener éxito. La innovación en modelos de negocio también se puede relacionar con los segmentos de mercados grandes.

La competitividad se ha convertido en un nuevo paradigma económico exitoso en todo el mundo las empresas y los países se esfuerzan por lograr capacidades de la competencia. en utilizar la tecnología y la innovación. La competitividad varía en diferentes fuentes se destaca en la productividad, estructura, precio productos y salarios.

La estrategia es un concepto más amplio que incluye la visión y los objetivos de la iniciativa. De hecho, el modelo de negocio puede ser la realización de la estrategia y se puede ejecutar a través de diferentes técnicas. El modelo de negocio no es la forma organizativa de la empresa, y mucho menos el comienzo. Al iniciar un negocio, la organización es inestable y el proceso se improvisa. Finalmente, el modelo de negocio no está en el sistema de la empresa. Si bien el desempeño de la empresa está relacionado con las tecnologías de la información y la comunicación utilizadas por la empresa.

Los rápidos avances en tecnologías de la información han facilitado nuevos tipos de interacciones realizadas a través de la tecnología entre los agentes de los negocios. Se tiene como objetivo que las empresas cambian de acuerdo a las formas que se relacionan con los clientes. Así mismo las innovaciones han aumentado las posibilidades de las empresas para trabajar en las redes sociales como un recurso para generar ventas.

El análisis de la información y del ambiente de innovación como insumo para la toma de decisiones, el modelo de negocio y su adecuada evolución como eje central que permite la sostenibilidad y competitividad. La mayor parte de las empresas disruptivas de hoy han adoptado un modelo de negocio y una cultura empresarial altamente diferenciadora en su entorno, lo que fomenta la colaboración entre los mismos competidores y les permite tener ventaja frente al marco regulatorio. Este pensamiento disruptivo diseña nuevas estrategias de marketing y gestión empresarial, proporcionando éxito y fomentando la creatividad, lo que busca crear valor en los bienes y servicios que se prestan, todo ello potencializado con el uso de la tecnología.

Las actividades de mercadeo generan valor en la innovación de modelo de negocios. Pero ¿Cómo puede la generación de valor contribuir a las innovaciones del modelo de negocios? Además, ¿cómo puede el marketing apoyar la generación de valor en las innovaciones del modelo de negocios? Algunos autores, respondieron a estas preguntas, a los autores, respondieron a las interrogantes logrando ver sobre la importante de los proyectos de la industria del marketing e innovación digital disruptiva muestra que, a través de la negociación entre empresas y departamentos funcionales, la exclusividad del valor se establece a través de actividades de marketing para compensar la presión ejercida por la comercialización de la innovación (Serna, 2017).

Esto ayuda al pensamiento conceptual en la literatura de marketing industrial, que trata los modelos comerciales como redes comerciales dinámicas y procesos evolutivos basados en el contexto. También han contribuido los debates sobre las funciones marginales de los productos básicos en la literatura de marketing. Las actividades abarcan varios departamentos funcionales y empresas y navegan entre ellos para respaldar las inscripciones de valor en los modelos comerciales.

El modelo de proceso se utiliza principalmente en las primeras etapas del desarrollo del sistema, y tanto los ingenieros de software como las comunidades empresariales son igualmente conscientes. Estos modelos siempre son propensos a diferentes tipos de cambios, como nuevas regulaciones, cambios en las políticas o estrategias comerciales, tecnologías emergentes o tecnologías disruptivas. Sin un control adecuado, tales cambios en el modelo de proceso pueden tener efectos dañinos y destructivos en todo el sistema debido a anomalías en la estructura, función o calidad. Por lo tanto, en el campo de la gestión de procesos comerciales, la flexibilidad y los cambios de los procesos se consideran muy importantes. El sistema de gestión de procesos

de negocio adaptable y la gestión de versiones de procesos de negocio son campos relacionados con la gestión de cambios (Rodríguez, 2013).

Debido a la falta de habilidades de autocontrol, el comportamiento habitual suele ser difícil de cambiar. La tecnología digital brinda oportunidades sin precedentes para promover los negocios con las nuevas herramientas de tecnologías.

CONCLUSIONES

La tecnología es una herramienta que permite mejorar la eficiencia de los proyectos sociales y comerciales, a través de la innovación tecnológica no solo debe verse como la solución definitiva, es importante gestionar diferentes recursos para obtener productividad, La tecnología debe ser parte integral y complemento de cualquier proyecto de negocios.

La innovación tecnológica brinda a las empresas oportunidades para aumentar su compromiso con la sociedad. La tradición del modelo de negocio tradicional solo se centra en la distribución de dividendos, lo que ralentiza la implementación de los planes de impacto social y las propias actividades empresariales.

Las soluciones técnicas específicas deben ser apropiadas, accesibles y adaptadas a la población objetivo, deben ser programa de capacitación especial para asegurar que los beneficiarios utilicen correctamente la tecnología de emisión.

La innovación y el desarrollo tienen un mayor impacto en las condiciones de vida de las personas, pero al mismo tiempo, se deben considerar las leyes locales, regionales o nacionales. Por tanto, es necesario estudiar a fondo las necesidades y antecedentes de los usuarios potenciales antes de diseñar intervenciones del mercadeo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baird, K. (2020). *Digital Customer Experience*. Obtenido de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-la-era-de-la-transformacion-digital.html#:~:text=La%20innovaci%C3%B3n%20inclusi%C3%B3n%20de,las%20competencias%20y%20los%20modelos>.
- Barrera, A. (2017). *Nextu*. Obtenido de <https://www.nextu.com/blog/beneficios-de-la-innovacion-tecnologica-en-las-empresas/>
- Castro, J. (2016). *Blog.corponet*. Obtenido de <https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>
- Fonseca, M. (2018). *Incae.edu*. Obtenido de <https://www.incae.edu/es/blog/2018/08/07/innovacion-y-tecnologia-en-el-emprendimiento.html>
- Melo, S. (2018). *La importancia de la tecnología en los negocios*. Obtenido de <https://mydatascope.com/blog/es/la-importancia-de-la-tecnologia-en-los-negocios/>
- Rodríguez, A. (2013). *DEBATES IESA*. Obtenido de El modelo de negocio: la lógica para hacer dinero y crear valor
- Serna, D. R. (2017). *La disrupción digital (I): modelos de negocio, innovación, conocimiento y tecnología*. Obtenido de <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/vector/article/view/233/178>