



LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LAS
EMPRESAS COLOMBIANAS PARA GENERACIÓN DE VENTAJA COMPETITIVA



Universidad Cooperativa
de Colombia

OMAR JOSE URUETA BARRANCO
ESTILITA PALMAR ESTRADA

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA
2018

LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LAS
EMPRESAS COLOMBIANAS PARA GENERACIÓN DE VENTAJA COMPETITIVA



Universidad Cooperativa
de Colombia

OMAR JOSE URUETA BARRANCO
ESTILITA PALMAR ESTRADA

ANÁLISIS SISTEMÁTICO DE LITERATURA PRESENTADO COMO MODALIDAD
DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

JOSÉ LUIS ROSENSTIEHL MARTÍNEZ
ASESOR

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA
2018

Nota de aceptación

Asesor

Evaluador

Evaluador

Santa Marta, 19 noviembre de 2018

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primordialmente a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan especial en mi vida, a mis padres Luz Mary Barranco y Faudy Urueta quienes fueron los que tanto me apoyaron y aconsejaron durante todo mi trayecto estudiantil y de mi vida, a mis abuelos Benito Urueta y Sixta García de Urueta por ser las personas que han velado por mi durante este difícil camino para convertirme en un profesional.

Muchas gracias por su tiempo y apoyo incondicional, así como la motivación que me transmitieron en el transcurso de mi vida.

Omar Urueta.

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. A mi madre María Cristina Estrada, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor. A mi padre Luis Felipe palmar, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, y en especial por su amor. a mis familiares, en especial a mis hermanos por ser ese ejemplo del cual he aprendido de aciertos y de momentos difíciles; a mi madrina Cirelis Suarez, mi tío Jesús Villalobos y a todos aquellos que participaron de forma directa o indirectamente en mi proceso académico.

¡gracias a ustedes!

Estilita Palmar

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia quiero agradecer a mi tutor José Luis Rosenstiehl Martínez, persona de gran sabiduría quien se esforzó por ayudarme en esta investigación. Agradezco cordialmente a mi compañera Estilita Palmar, por ser quien me ha colaborado con esta indagación. Mi agradecimiento también va dirigido para mi familia, quienes fueron los que siempre me brindaron su amor y apoyo para llegar al punto en el que me encuentro. Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clase durante los semestres de la universidad, ya que gracias al compañerismo y unión contribuyeron a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

Omar Urueta.

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas. A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Agradezco a mi compañero Omar José Urueta por su apoyo en mi formación profesional, a mi asesor José Luis Rosenstiehl M. quien con su experiencia, conocimiento y motivación nos orientó. Y finalmente aquellos maestros que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarnos como persona y profesional.

Estilita Palmar

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	11
ABSTRAC	12
0. INTRODUCCIÓN	13
1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR	14
2. JUSTIFICACIÓN	16
3. OBJETIVOS	18
3.1 OBJETIVO GENERAL	18
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	18
4. METODOLOGIA	19
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	19
4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	19
4.3 TECNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	20
5. RESULTADOS DE LA REVISIÓN REALIZADA	21
5.1 CONCEPTO DE TECNOLOGÍA	21
5.2 LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)	21
5.3 SISTEMA DE INFORMACIÓN	23
5.4 VENTAJA COMPETITIVA	23
5.4.1 Estrategias para lograr una ventaja competitiva	24
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	27
6.1 SITUACIÓN DE LAS TIC ACTUALMENTE EN COLOMBIA	27
6.2.1 Indicadores básicos del uso de las TIC por parte de empresas en Colombia	28
6.2 TIPOS DE TECNOLOGÍA TIC QUE ACTUALMENTE SE ESTAN UTILIZANDO EN LAS ORGANIZACIONES	29
6.2.1 E-Learning	29
6.2.2 E-Commerce	29
6.2.3 E-Community	30

6.2.4 E-Working	30
6.2.5 E-Government	31
6.2.6 E-Business	31
6.3 TECNOLOGÍAS TIC COMO HERRAMIENTA DE GENERACIÓN DE VENTAJA COMPETITIVA Y RECONOMIENTO	32
7. CONCLUSIONES	34
8. RECOMENDACIONES	35
9. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	36

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Cuadro 1. Clasificación de empresas en Colombia 2014.	14
Cuadro 2. Herramientas TIC en los departamentos organizacionales	32

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1. Porcentaje de empresas que utilizaron computador, internet y página o sitio web sector comercio e industria manufacturera total nacional 2016	28

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Las tres estrategias genéricas de Porter	25

RESUMEN

El presente trabajo investigativo pretende detallar algunas características de las TIC y cómo ésta de alguna manera puede generar ventajas competitivas entre las diferentes empresas de Colombia, basado en primera instancia por la teoría de las ventajas competitivas de diferentes autores, artículos empresariales y primordialmente en Michael Porter. Se dará una breve introducción de la situación de las empresas colombianas en el mercado actual, los inconvenientes y problemáticas que afectan a estas. Explicar las herramientas que ofrece las TIC como objeto generador de ventajas competitivas. Los objetivos establecidos en la investigación fueron: Determinar la situación actual de las TIC en Colombia, Identificar los tipos de tecnología TIC que actualmente se están utilizando en las organizaciones y por ultimo las tecnologías tic como herramienta de generación de ventaja competitiva y reconocimiento. El tipo de metodología que se empleó fue la investigación documental con un diseño de investigación no experimental y transaccional, y la técnica realizada para la recolección de la información son las fichas bibliográficas. Como producto del resultado y análisis de la presente investigación, se pudo concluir de forma en general que Colombia goza de grandes oportunidades con respecto a la implementación de las TIC, por lo tanto, puede establecer un mercado dinámico, competitivo e internacional.

Palabras claves. Ventajas competitivas, tecnologías de información, empresas, mercado.

ABSTRAC

This research work aims to detail some features of ICT and how it can somehow generate competitive advantages between different companies in Colombia, based in the first instance on the theory of competitive advantages of different authors, business articles and primarily in Michael Porter. There will be a brief introduction of the situation of Colombian companies in the current market, the problems and problems that affect them. Explain the tools that ICT offers as a generator of competitive advantages. The objectives established in the research were: Determine the current situation of ICT in Colombia, Identify the types of ICT technology that are currently being used in organizations and finally ICT technologies as a tool to generate competitive advantage and recognition. The type of methodology used was the documentary research with a non-experimental and transactional research design, and the technique used to collect the information are the bibliographic records. As a result of the results and analysis of this research, it was generally concluded that Colombia enjoys great opportunities with respect to the implementation of ICT, therefore, it can establish a dynamic, competitive and international market.

Keywords. Competitive advantages, information technologies, companies, market.

0. INTRODUCCIÓN

La aceleración evolutiva de la tecnología y globalización han hecho que las tecnologías de la información y de comunicación cada vez más faciliten nuestras vidas. Al día de hoy están presentes en la mayoría de tareas cotidianas que realizamos, tales como: comunicación, entretenimiento, educación, trabajo, etc. Como resultado de esto, las organizaciones han sufrido cambios muy notorios en comparación a la organización clásica.

La globalización de la economía supone día a día una oportunidad, pero a la vez un reto para el desarrollo de las empresas, si las pequeñas, medianas y grandes empresas no logran adaptarse al tan cambiante mercado, estas no podrán mantenerse el tiempo necesario en él. Las TIC permiten a dichas empresas un fácil y rápido acceso a la mejora de gestión, productividad y competitividad en los mercados.

A continuación, mostraremos las TIC comúnmente más utilizadas por las organizaciones y como estas generan cierta ventaja competitiva sobre su uso.

1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR

Actualmente se está inmerso en una época llamada la revolución digital, en donde cualquier persona tiene fácil acceso a todos los rincones del mundo gracias a los distintos sistemas que permiten lograr un vínculo global, la tecnología se encuentra siempre presente en todos los aspectos de la vida cotidiana y más que todo es utilizado por las organizaciones para destacar dentro del inmenso mercado. Las TIC utilizadas efectivamente pueden traer utilidades en todos los procesos ya sean de pequeñas, medianas y grandes empresas, Desde el punto de vista financiero, como el laboral y operativo.

En su mayoría, el mercado colombiano está compuesto por pequeñas y medianas empresas, y luego están en una pequeña parte las grandes empresas. las microempresas concentran el 90% del mercado nacional colombiano, genera un 73% de empleo y un 53% de la producción bruta de los sectores industriales, comerciales y de servicios (Rodríguez A. G., 2003). Por esta razón se establece la necesidad de analizar como las empresas utilizan la tecnología o TIC como herramienta de generación de ventaja competitiva que dé como resultado un reconocimiento y mantenimiento en el mercado.

Tabla 1. Clasificación de empresas en Colombia 2014.

Tamaño	No. De trabajadores	Activos totales SMMLV
Microempresa	Hasta 10	Hasta 500
Pequeña	Entre 11 - 50	Superior a 500y hasta 5.000
Mediana	Entre 51 y 200	Superior 5.000 hasta 30.000
Grande	Más de 201	Superior a 30.000

SMMLV para el 2014 616.400

Fuente. MinCIT, 2014

Diversos estudios señalan que existen oportunidades claramente establecidas en el comercio de productos y servicios a través de la red, en pleno siglo XXI la posibilidad

de comprar y vender por medio del internet se acerca más a la población, así como la integración de cadenas productivas por medio de las aplicaciones de computación e internet, poco a poco se va extendiendo a la mentalidad del consumidor.

Es importante aclarar que para un buen uso de las TIC es necesario que el país residente, en este caso Colombia cuente con la estructura adecuada y suficiente para sustentarlas efectivamente, en este caso se puede afirmar que Colombia tiene la capacidad necesaria en cuanto a infraestructura de comunicaciones, dado que, desde el año 1997 cerca del 88% de la población tenía electricidad, un 10% por encima del año 1995. (Montenegro & Niño, La tecnología de la información y de las comunicaciones, 2001)

Según las cifras presentadas por un estudio realizado por el DANE en 2010, se estimó que en Colombia existen más de 1.600.000 empresas, de las cuales el 96,4% son microempresas (entre 1 y 10 empleados), y solo el 7% de ellas usa internet, principalmente por la baja penetración de equipos de cómputo en sus oficinas, lo que evidencia una fuerte brecha en sus índices de competitividad. Un estudio más reciente, realizado en 2012 por el gobierno nacional, estimó que las microempresas aumentaron en un 20% el uso de internet como parte de la apuesta del gobierno nacional por fortalecer los sectores productivos y hacer más competitivas a las empresas colombianas en su preparación para hacer frente a los nuevos competidores, que aspiran a ganar un lugar en el mercado colombiano como resultado de los tratados de libre comercio que se han firmado a la fecha ("Plan Vive Digital Colombia", Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, octubre de 2010).

Teniendo en cuenta lo anterior se establece el siguiente interrogante: ¿Como la tecnología de la información y comunicación (TIC) en las empresas colombianas generan ventaja competitiva?

2. JUSTIFICACIÓN

La razón que motiva a realizar esta investigación es que día a día se logra observar como nacen empresas nuevas dentro del mercado colombiano, pero no llegan a ser reconocidas ni mantenerse en dicho mercado, dando como resultado un ciclo de vida extremadamente corto. Una de las razones de este problema es el poco uso y la falta de capacitación de las empresas con respecto a las TIC. Dado al estudio realizado por Microsoft a 540 empresas colombianas en donde los resultados arrojaron que la mayoría de estas empresas no reconocen la inversión en tecnologías como un factor de competitividad. (Uso de las TIC, un salto a la modernidad, 2012).

Por otra parte, Según el Protafolio.co (2012): Colombia está acelerando cada vez más rápido en materia del uso de tecnologías de información. Los países de Latinoamérica, sobre todo Colombia, han sido capaces de dar nuevos pasos en la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Según el más reciente estudio realizado por Everis, una consultora multinacional, y el IESE Business School de la Universidad de Navarra (España), al tercer trimestre de 2011, los países emergentes habían avanzado considerablemente en el uso de las tecnologías de las TIC. El estudio incluye el Indicador de la Sociedad de la Información (ISI), el cual demuestra que Colombia está en ese grupo de los que más avanza, manteniendo un crecimiento moderado con respecto al resto de países de Latinoamérica. El ISI de Colombia se encuentra en un 4,2% al igual que Chile, quitándole la quinta posición a Brasil.

Diego Molano, ministro de las TIC, dice que "esto demuestra que Colombia está acelerando cada vez más en materia del uso de tecnologías de información y continuará haciéndolo este año". Respecto a los Servicios TIC, el país volvió a liderar tanto el crecimiento del número de dominios registrados de Internet como el de abonados a banda ancha fija.

Nota Original. (Protafolio.co (febrero 13 de 2012).

Desde un enfoque práctico también se debe tener en cuenta esta investigación, se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de competitividad de las empresas colombianas, ayudando en la generación de ventajas competitivas por medio de herramientas como la tecnología de información (TIC). con tales resultados permite encontrar soluciones concretas a problemas del mercado que impactan directamente en la empresa. Se tiene también la posibilidad de proponer cambios en las normas que rigen los procesos empresariales de la organización.

La investigación se desarrolló con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre el uso de la tecnología de información (TIC), como herramienta de generación de ventaja competitiva. Mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos empresariales para encontrar explicaciones a los diferentes problemas del entorno que afectan a la empresa colombiana. Cuyos resultados de esta investigación podrá convertirse en una propuesta para ser incorporado como conocimiento a las ciencias empresariales, ya que se estaría demostrando el uso de las TIC como generador de ventaja competitiva en el mercado colombiano.

La aplicación de las tecnologías de información (TIC) dentro de las empresas colombiana para generar ventajas competitivas, se realizan mediante la indagación de conceptos, teorías de los diferentes puntos de vistas de grandes autores y artículos influyentes de la administración.

Una vez que sean demostrados su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación con temas similares.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la tecnología de la información y la comunicación TIC en las empresas colombianas como herramienta de creación de ventaja competitiva.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Determinar la situación actual de las TIC en Colombia

Identificar los tipos de tecnología TIC que actualmente se están utilizando en las organizaciones.

Tecnologías tic como herramienta de generación de ventaja competitiva y reconocimiento

4. METODOLOGIA

El tipo de investigación que se empleó fue la documental con un diseño de investigación no experimental y transaccional, y la técnica realizada para la recolección de la información son las fichas bibliográficas.

4.1 TIPO DE INVESTIGACION

Al definir una investigación documental, Arias (2012) señala que “la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.” (pág. 27). Mientras que para Palella y Martins (2012) “La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales- uno de, los ejemplos más típicos de esta investigación son las obras de historia.” (pág. 90)

4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación presenta un diseño de tipo no experimental. Investigación no experimental Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010:149)

Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010:151)

4.3 TECNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La información se obtendrá a través de las fichas bibliográficas y como instrumento utilizaremos el fichaje. Para Del Cid, Méndez y Franco (2007) esta técnica consiste en extraer segmentos de información de fuentes documentales; por ejemplo: extractos de libros, artículos de periódicos o revistas, registros históricos, etcétera.

La principal utilidad de esta técnica es la síntesis de información que se logra, que posteriormente podrá organizarse a conveniencia del investigador y de acuerdo con las secciones que se incluyan en el trabajo de investigación.

El instrumento que se utiliza para registrar la información son fichas de contenido, ya sean de papel o electrónicas. En estas fichas se hacen anotaciones, que, dependiendo del tipo, se clasifican en:

- *Fichas de citas textuales*: Se llaman así cuando la información registrada es una copia textual del documento consultado.
- *Fichas de paráfrasis*: Se llaman así las anotaciones que hace el investigador tomando como base la información proporcionada por un documento consultado, pero que no necesariamente es una copia textual. Este tipo de cita contribuye a que el investigador exprese sus opiniones o ideas con respaldo teórico.

5. RESULTADOS DE LA REVISIÓN REALIZADA

Con el fin de contextualizar un poco acerca de esta investigación se tendrá en cuenta una serie de conceptos y teorías administrativas que permiten acercar al concepto de las TIC como herramientas para la generación de ventajas competitivas.

5.1 CONCEPTOS DE TECNOLOGÍA

La tecnología “es el conjunto ordenado de todos los conocimientos usados en la producción, distribución (a través del comercio o de cualquier otro método) y uso de bienes y servicios. Por lo tanto, cubre no solamente el conocimiento científico y tecnológico obteniendo por investigación y desarrollo, sino también el derivado de experiencias empíricas, la tradición, habilidades manuales, intuiciones, copia, adaptación, etc.”. Sabato J., & Mackenzie M. (1982)

Del mismo modo “Tecnología significa aplicación sistemática del conocimiento científico (u otro conocimiento organizado) a tareas prácticas. Su consecuencia más importante es una función de la división y subdivisión de cada una de esas tareas en partes o fases componentes”. Galbraith, J. K. (1984)

También “La Tecnología es una rama del saber, constituida por el conjunto de conocimientos y de competencias necesarias en la utilización, mejora y creación de las técnicas. Y una Técnica, está compuesta por el conjunto de operaciones que deben ser efectivamente realizadas para la fabricación de un bien dado”. Neyes, (1985)

5.2 LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

la tecnología de la información y comunicación (tic) se define como “dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar,

intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y la colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento” (Cobo, 2009, p. 313).

Mientras que Thompson y Strickland, (2004) definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.

La concepción moderna de las tecnologías de información y comunicación afirma Gil (2002), comprende aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real. Asimismo, se relaciona con equipos de computación, software, telecomunicaciones, redes y bases de datos, lo que permite destacar que la evolución del proceso humano de recibir información y comunicarse, está estrechamente relacionada con la evolución tecnológica, pues trae consigo transformaciones a nivel comercial, educativo, cultural, social y económico, por su carácter global, accesible y universal.

Por otro lado, Abdallath et al. (2004), sostienen que las nuevas tecnologías de información y comunicación, designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas, pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad. La puesta en práctica de las TIC, afecta a

numerosos ámbitos de las ciencias humanas como la Sociología, la Teoría de las Organizaciones o la Gestión.

5.3 SISTEMA DE INFORMACION

Un sistema de información (SI) es un conjunto de elementos interrelacionados con el propósito de prestar atención a las demandas de información de una organización, para elevar el nivel de conocimientos que permitan un mejor apoyo a la toma de decisiones y desarrollo de acciones. Peña (2006).

De igual forma, para Andreu, Ricart y Valor (1996) es el conjunto formal de procesos que operando sobre una colección de datos estructurada de acuerdo con las necesidades de una empresa, recopila, elabora y distribuye la información necesaria para la operación de dicha empresa y para las actividades de dirección y control correspondientes, apoyando, al menos en parte, los procesos de toma de decisiones necesarios para desempeñar las funciones de negocio de la empresa de acuerdo con su estrategia.

5.4 VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja competitiva resulta principalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores. Puede tomar la forma de precios menores que de los competidores para beneficios equivalentes o la provisión de beneficios exclusivos que sobrepasan más de un costo extra. Porter (1991)

Michael Eugene Porter es considerado como el padre de la estrategia corporativa y está entre los economistas mejor valorados y conocidos a nivel global. La ventaja competitiva explicada por Porter guarda una relación estricta con el concepto de valor. Para que una empresa de cualquier sector o tamaño logre una real capacidad de generar valor a lo largo de su ciclo de vida, su estrategia empresarial debe estar enfocado a establecer un plan de ventaja competitiva sostenible en dicho tiempo.

5.4.1 Estrategias para lograr una ventaja competitiva

Porter habla de 3 estrategias fundamentales de competitividad genérica que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial, dichas estrategias pueden funcionar tanto separadas como en conjunto, con el fin de asegurarse el crecimiento del valor de la empresa, las estrategias son las siguientes:

El liderazgo en costos: esta estrategia representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto o servicio a un precio inferior comparado a la oferta de la competencia. Para lograr dicha estrategia se busca reducir los costos de producción, lo cual se puede lograr con distintos medios tales como: oferta de un número mayor de productos en el mercado, (ya que a mayor producción corresponde un menor costo per cápita), acceso privilegiado a la materia prima, elaborar un diseño en el producto capacitado para facilitar su producción, etc.

La Diferenciación: esta estrategia es una opción muy atractiva para aquellas empresas que quieren construir su propio nicho en el mercado actual y apuestan a un elevado porcentaje de compradores que buscan características similares al producto o servicio que la empresa ofrece y que no opten por lo que ofrecen las empresas oponentes. Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma.

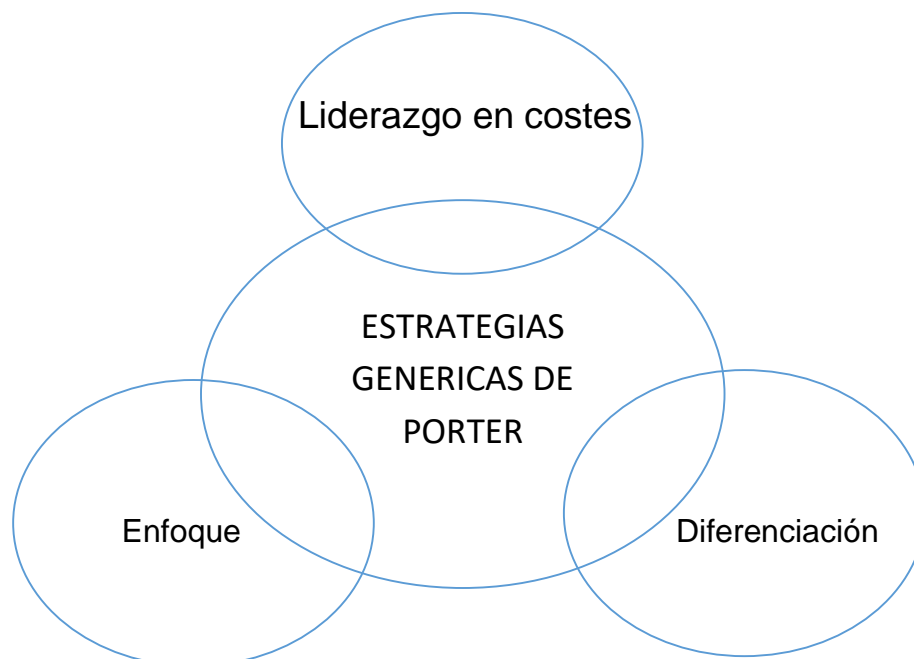
Ejemplos de estas estrategias podrían ser: un servicio al cliente más específico y capacitado, ofrecer un diseño exclusivo para algún tipo de producto, obtener materias primas de mayor valor frente a los productos que están en el mercado, etc.

El enfoque: básicamente consiste en especializarse en un segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado para las reales necesidades y requerimientos del segmento seleccionado.

Aplicar las 3 estrategias dichas arriba al mismo tiempo resulta casi que imposible para cualquier empresa, pero esto no quiere decir que no se puedan complementar. Como regla general es importante que el plan empresarial considere cual estrategia quiere poner en acto como prioritaria. Figura 1.

Por otra parte, Barney (1991) establece que una firma posee una ventaja competitiva cuando implementa una estrategia de creación de valor no ejecutada simultáneamente por otro competidor actual o potencial, y cuando estas otras firmas son incapaces de duplicar los beneficios de esta estrategia. En un trabajo posterior, Barney (2001) define una ventaja competitiva como una situación donde las acciones de una firma en una industria la llevan a crear valor económico, mientras que Peteraf (1993), por su parte, plantea que una empresa tiene una ventaja competitiva cuando la heterogeneidad de sus recursos y capacidades le entrega la posibilidad de tener un desempeño superior al de sus competidores

Figura 1. Las tres estrategias genéricas de Porter



Fuente: Porter, ventaja competitiva creación y sostenimiento de un desempeño superior

En cambio, Saloner et al. (2001), plantean que existe una ventaja competitiva, ya sea cuando una empresa produce un producto o servicio que sus clientes valoran más que aquellos producidos por sus competidores o cuando producen sus bienes o servicios a un costo menor al de sus competidores

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

6.1 SITUACIÓN DE LAS TIC ACTUALMENTE EN COLOMBIA

Actualmente en Colombia las TIC han tenido un avance muy notorio generando un gran desarrollo en la sociedad y economía, dado que sectores tanto privados como públicos han ido incorporando poco a poco las nuevas tecnologías en diversos procesos de las compañías.

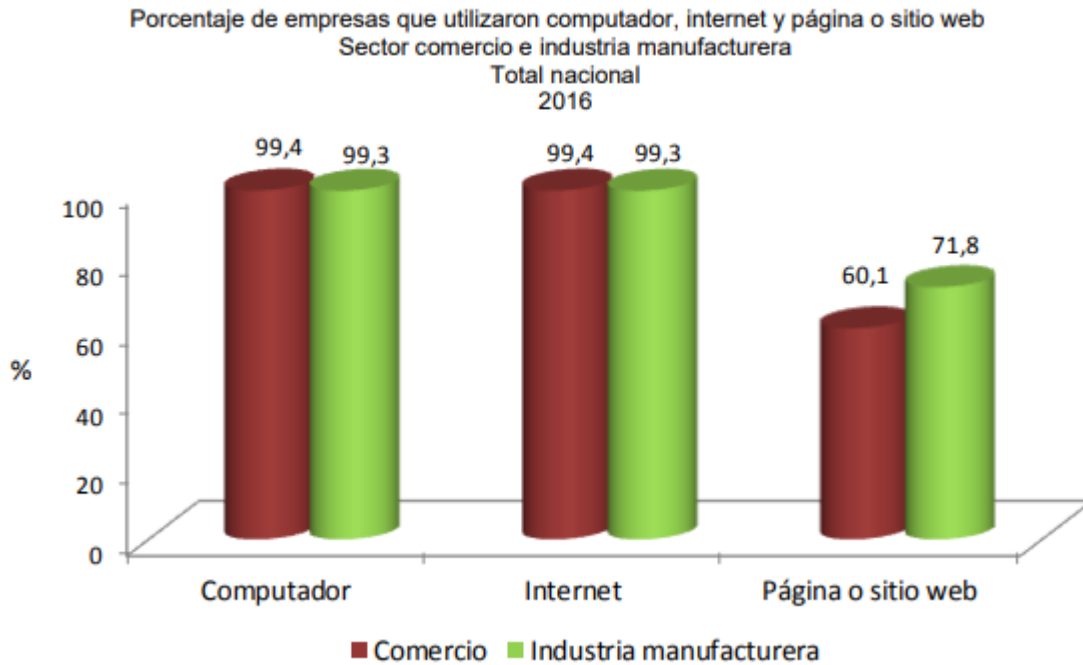
En 2017, Colombia conservó el puesto 84, en una lista de 176 países, en el Índice de Desarrollo de las TIC (tecnologías de la información y las comunicaciones) que realiza la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), el brazo de las Naciones Unidas para la materia. El organismo reconoció las acciones de las entidades competentes del Gobierno Nacional para promover el acceso a la tecnología, una mejor calidad en los servicios y la innovación, pero señaló que hay retos como la expansión de la banda ancha móvil y el despliegue de infraestructura. Pese a que Colombia quedó en el mismo puesto del año pasado, su puntuación pasó de 5,12 a 5,36, por encima de países de América Latina como Venezuela, México, Panamá y Perú, pero por debajo de Uruguay, Argentina y Chile, los primeros de la región.

En cuanto a acceso, Colombia mejoró: llegó a 5,88 frente a 5,74 del año pasado; en uso pasó de 3,85 a 4,11, y en habilidades escaló de 6,44 a 6,81. En el país, indica la UIT, por cada 100 habitantes, hay 45 con acceso a internet móvil de banda ancha y apenas 11,8 a banda ancha fija. (María Alejandra Medina C. Economía: 26 Nov 2017).

Esto da a entender que Colombia tiene un gran potencial de TIC como herramienta que ayuda al desarrollo económico de la sociedad y generación de ventajas competitivas en el ámbito empresarial.

6.2.1 Indicadores básicos del uso de TIC por parte de empresas en Colombia.

Grafica 1.



Fuente: DANE – EAM, EAC, EAS

El cálculo de los indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación en las empresas colombianas obedece al interés de hacer seguimiento al proceso de informatización de la economía, consecuencia del cambio del paradigma tecno productivo y de la masificación de estas tecnologías a nivel mundial desde la última década del siglo XX. Tanto para los países desarrollados como para los países en vías de desarrollo se ha evidenciado que las TIC son un factor clave para mejorar el desempeño productivo y, con esto, el crecimiento económico y desarrollo social al hacer parte de estrategias integrales de negocios. (DANE- Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas 2016)

6.2 TIPOS DE TECNOLOGÍA TIC QUE ACTUALMENTE SE ESTÁN UTILIZANDO EN LAS ORGANIZACIONES.

Como resultado de la globalización, las organizaciones han sufrido cambios muy notorios. Para las Naciones Unidas (2002), el proceso de globalización corresponde a la creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o regional. La globalización en relación de las TIC ha impactado en el modo de vivir y compartir el mundo, abriendo fronteras para la globalización del conocimiento, cultura y comercio, dando entrada a ciertas actividades a través de los medios tecnológicos como lo son:

6.2.1 E-Learning.

En la actualidad se está viendo un notorio crecimiento en la utilización de esta práctica, la FUNDESCO define el e-learning "Es un sistema de impartición de formación a distancia, apoyado en las TIC (tecnologías, redes de telecomunicación, videoconferencias, TV digital, materiales multimedia), que combina distintos elementos pedagógicos: instrucción clásica (presencial o autoestudio), las prácticas, los contactos en tiempo real (presenciales, videoconferencias o chats) y los contactos diferidos (tutores, foros de debate, correo electrónico)."(FUNDESCO, 1998:56). El aprendiz adquiere la habilidad de autogestionar sus conocimientos.

Debido al gran potencial que refleja el e-learning cada vez más empresas comienzan a implementarlo, "Muchas veces los horarios en algunas empresas dificultan al trabajador la posibilidad de ampliar su formación. El e-learning brinda una mayor flexibilidad horaria y aprovechamiento del tiempo" (Universia España 2014).

6.2.2 E-Commerce.

Cada vez se vuelve más común, también conocido popularmente como el comercio electrónico. "El comercio electrónico consiste en realizar electrónicamente

transacciones comerciales; es cualquier actividad en la que las empresas y consumidores interactúan y hacen negocios entre sí o con las administraciones por medios electrónicos”. (Comisión de comunidades Europeas 1997). Realizan todas sus actividades a través de las TIC, tales como compras de productos mediante portales web, compra y ventas en el mercado de valores, operaciones bancarias, entre otras.

6.2.3 E-Community.

en pleno siglo XXI es tan normal que la mayor parte de la población mundial pertenezca a estas comunidades, Dichas comunidades interactúan entre sí en entornos virtuales a través del internet, reunidas por un interés en común.

“Si cambiamos el término por ‘social media’ (medios sociales), Colombia cuenta con 65.382 personas que trabajan en este campo. Sin duda, el mundo digital ha sido el área de mayor crecimiento laboral entre los jóvenes en los últimos 10 años. Gran parte de este auge ha sido gracias a redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. El sueño de muchos jóvenes es convertirse en community managers, esas personas a las cuales les pagan por estar conectadas a Internet”. (Ricardo Fraile Rojas – EL TIEMPO 2018)

6.2.4 E-Working.

Las organizaciones haciendo uso de las TIC, facilita que sus empleados puedan cumplir con sus actividades sin necesidad de que se encuentren en la ubicación física de la organización, también es conocido como Teletrabajo.

“Desde el Ministerio TIC, en el marco del plan Un futuro digital para todos, la iniciativa Teletrabajo enfoca sus esfuerzos en incentivar la adopción de las TIC en los procesos de organizaciones públicas y privadas. Pensando en esto, en Colombia 4.0 se ofrece capacitación presencial para empresarios y líderes de entidades

públicas para implementar este modelo, con base en una metodología que recoge las mejores prácticas corporativas nacionales” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones 2018).

6.2.5 E-Government

El tan llamado gobierno electrónico, donde se realizan una serie de actividades electrónicas en relación de las empresas con el estado, a través de la implementación de diferentes tecnologías. “gobierno electrónico consiste, esencialmente, en la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos administrativos que llevan a cabo las empresas del Estado”. (Gonzales, Gasco y Llopis 2007 p 846). Se entiende que se aplica estas tecnologías con el fin de optimizar y ahorrar tiempos en los procesos internos de un gobierno.

De acuerdo con un informe del 2016, publicado por la ONU (Organización de las Naciones Unidas), Uruguay es el mejor país de América Latina en cuanto a implementación de gobierno electrónico. Ocupa el puesto 34 a nivel global, entre 193 países, seguido por Chile (41) y Argentina (43). Colombia es el cuarto mejor de la región, con la posición 57, antecedido por Brasil (51). El modelo de Servicios Ciudadanos Digitales, definitivamente hará que Colombia tome la delantera en esta materia.

6.2.6 E-Business.

Popularmente conocido como el negocio electrónico. Consiste principalmente en la distribución, compra, venta, marketing y suministro de información complementaria para productos o servicios a través de redes informáticas como Internet, Intranet u otras redes informáticas (Docstoc, n.d.). Las organizaciones han visto el e-business como una manera de gestionar la velocidad, eficiencia e innovación de los procesos de la empresa.

“Los principales jugadores del E-business en Colombia, son multinacionales interesadas únicamente en copiar modelos de negocio que funcionan en otras latitudes, y aplicarlos a nuestra economía esperando los mismos resultados, con pocas pizcas de innovación” (César Sánchez Portafolio 2016).

6.3. TECNOLOGÍAS TIC COMO HERRAMIENTA DE GENERACIÓN DE VENTAJA COMPETITIVA Y RECONOCIMIENTO

A través del paso del tiempo las TIC han reducido las limitaciones para realizar negocios, incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de las compañías El Tiempo (2014). Por lo tanto, las TIC generan valor y competitividad en todas las actividades tanto estratégicas como operacionales de la organización.

Tabla 2. Herramientas TIC en los departamentos organizacionales

Departamento	TIC'S
Marketing y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ M-mail ➤ Buscadores ➤ Páginas web ➤ Blogs ➤ Marketing relacional ➤ Redes sociales
TIC en Gestión financiera	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facturación electrónica ➤ Banca y tesorería electrónica ➤ Firma electrónica ➤ Cuadro de mando integral
TIC en logística y distribución	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E-commerce ➤ E-procurement ➤ GPS ➤ Gestión de flota ➤ Trazabilidad

TIC en gestión del talento humano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluación ➤ Gestión de conocimiento ➤ E-learning ➤ Portal de empleos
TIC en la producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ordenes de producción ➤ Gestión integral de procesos ➤ Gestión de compras ➤ Gestión stocks

Fuente: Guillen Gorbe, 2007

Cada una de las anteriores herramientas de TIC tienen demasiada importancia para los departamentos de la organización, genera un valor en cada uno de los departamentos y en conjunto generan el valor que el cliente percibe.

En este sentido, Garcia, Rialp, & Rialp (2007) señalan las siguientes ventajas que trae la implementación de las TIC en las organizaciones:

- Mejora la calidad del servicio al cliente.
- Ahorro de costes, gastos comerciales y de gestión, papeleo.
- Mejora plazos de entrega, mayor rapidez en la distribución.
- Comodidad.
- Mayor agilidad en la gestión.
- Más publicidad, mejora la imagen de la empresa, más reconocimiento.
- Incremento en la posibilidad de captar nuevos clientes, ampliar su clientela.
- Evitar desplazamientos.
- Apertura de nuevos mercados, estar presente en otros países.
- Fidelización de clientes.
- Mayor posibilidad de innovación, en sus productos o procesos.

Y entre otras muchas más son las ventajas de usar las TIC como herramienta de valor en las organizaciones.

7. CONCLUSIONES

Como resultado de esta investigación, se logra evidenciar que las TIC producen ventajas competitivas en las organizaciones, tales ventajas como: la disminución de tiempos, costos y errores laborales. Por lo que las empresas la utilizan para mejorar en sus debilidades, potenciar sus fortalezas y aprovechar las oportunidades del mercado cambiante. El estudio del entorno es de mucha importancia para generar ventajas competitivas y de reconocimiento con el fin de mantenerse en el mercado. Al momento de implementar las TIC, es de suma importancia complementarlas con un equipo de trabajo capacitado que dinamice el uso de estos medios y permita la integración dentro de la compañía.

También se demostró que Colombia posee grandes oportunidades en relación a la implementación de las TIC, por lo tanto, se puede ingresar al mercado global. Las PYME que son en mayoría las que participan en el mercado colombiano, son las que deben utilizar en mayor medida las TIC debido a que son las más vulnerables del entorno.

8. RECOMENDACIONES

Luego de planteada las conclusiones resultado del análisis de los datos obtenidos, se realizan las siguientes recomendaciones: en la actualidad, estas nuevas tecnologías se están viendo aprovechadas por las organizaciones, para favorecer el intercambio de información entre ellas, condicionando la manera en que compiten y abarcan el mercado.

Mantenerse actualizado acerca de las herramientas tecnológicas que están disponibles y que puedan ser utilizadas en el proceso de generación de estrategias competitivas.

Internet es un mundo de posibilidades y oportunidades, se deben buscar nuevas plataformas interactivas que podrían ser motivo de intercambios de herramientas, información, opiniones, artículos, etc. Que fomenten el uso responsable de las TIC como recurso de investigación.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abdallath, A. et al. (2004). Asociación Argentina de Teletrabajo. Año 2. No. 23, Buenos Aires.
- Andreu, R., J. Ricart y J. Valor (1996): Estrategia y sistemas de información, McGraw-Hill, Madrid.
- Aprenda sobre Teletrabajo en Colombia 4.0, (17/10/2018). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Arias, F. (2012) EL PROYECTO DE INVESTIGACION introducción a la metodología científica. Sexta edición. Editorial episteme.
- Barney, J.B. (1991). "Firms resources and sustained competitive advantage", Journal of Management Vol. 17: 99-120.
- Barney, J.B. (2001). "Resource based theories of competitive advantage: A ten year retrospective on the resource based view", Journal of Management Vol. 27: 643-651.
- Cobo, J. (2009) El concepto de tecnologías de la información, Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento, 14 (27) (2009), pp. 295-318.
- Colombia avanza en uso de tecnologías de la información. (FEBRERO 13 de 2012) PORTAFOLIO.
- Comunicación de la comisión de las comunidades europeas al consejo, al Parlamento europeo, el comité económico social y al comité de las regiones sobre Iniciativa europea de comercio electrónico [COM (97) 157 final], Bruselas, 16/04/97 Págs. 7-10.
- DANE. (28 de diciembre de 2017), Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas, Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

- Del Cid, A, Méndez, R. y Franco, R. (2007). Investigación. Fundamentos y metodología. Pearson Educación, México.
- Fraille, R. (21 de Mayo de 2018) ¿Es rentable ser community manager en Colombia? EL TIEMPO.
- FUNDESCO (1998): "Teleformación: un paso más en el camino de la Formación Continua". Fundesco. España.
- Galbraith, J. K. (1984), El nuevo estado industrial, Madrid: Sarper.
- Garcia, E., Rialp, A., & Rialp, J. (de Septiembre-octubre de 2007). Tecnologías de la información y comunicación (TIC) y crecimiento de la empresa. Barcelona, España: ice nuevos productos, nuevos mercados y nuevas formas de internacionalización.
- Gonzales, G y Llopis J. (2007 p 846) "E-government success: some principles from a spanish case study" industrial Management + Data Systems 107, n°.6 (july 30).
- Guillén Gorbe, T. (2007). Las TIC en la estrategia empresarial. Valencia españa : anectom.
- Gil, E. (2002). Identidad y Nuevas Tecnologías. Disponible en:
<http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición. McGraw-Hill / interamericana editores.
- Medina, M. (26 Nov. 2017), Resultados del índice global que hace la (UIT) ¿cómo va Colombia en desarrollo tecnológico?, EL ESPECTADOR.
- Montenegro, S., & Niño, L. C. (abril de 2001). La tecnología de la información y de las comunicaciones. La tecnología de la información y de las comunicaciones. Bogotá: Facultad de economía Universidad de los Andes, Proyecto Andino de competitividad.
- Naciones Unidas (2002a), Report of the Secretary-General: Implementing Agenda 21 (E/CN.17/2002/PC.2/7), Nueva York, Comisión sobre el Desarrollo Sostenible, Consejo Económico y Social (ECOSOC).
- Palella, S. y Martins, F. (2012) Metodología de la investigación cuantitativa. Tercera edición. Fondo editorial de la universidad pedagógica experimental libertador

(FEDUPEL).

Plan Vive Digital Colombia, (Octubre 2010), Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Bogotá.

Peña, A. (2006) INGENIERIA DE SOFTWARE: Una guía para crear sistema de información. Primera Edición. Instituto politécnico nacional México

Peteraf M.A (1993). "The cornerstones of competitive advantage: a resource based view", Strategic Management Journal, Vol. 14, No 3: 179- 191.

Porter, M. (1991). VENTAJA COMEPETITIVA creación y sostenimiento de un desempeño superior. Primera Edición. Argentina - Grupo Editorial Rei Argentina. S.A.

Porter, M. (2001) VENTAJA COMPETITIVA creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo editorial patria

Rodríguez A. G. (2013). LA REALIDAD DE LA PYME COLOMBIANA. Colombia: FUNDES INTERNATIONAL.

Sabato, J. y Mackenzie, M. (1982). La producción tecnológica: autónoma o transnacional. México D. F. Nueva imagen.

Saloner, G., A. Shepard y J. Podolny (2001). Strategic Management, Wiley: New York.

Sánchez, C. (22 de Diciembre de 2016) Y como estuvo el E-commerce en Colombia en este 2016? Parte II. PORTAFOLIO.

Thompson, A. y Strickland, A. (2004). Administración Estratégica. Editorial Mc Graw Hill, México.

Uso de las TIC, un salto a la modernidad. (25 de MAYO de 2012). PORTAFOLIO.