

Cámara de Gesell

Escrito por: *Alicia Zaglul, escuela de psicología*

[Cámara de Gesell](#)

ESCRIBIR PARA APRENDER Y COMPARTIR

Escrito por: Carmen Villanueva

[ESCRIBIR PARA APRENDER Y COMPARTIR](#)

Entrepreneurs and Investors

Escrito por: Prof. Wayne Johnson, docente del BBA en UNIBE

[Entrepreneurs and Investors](#)

Las redes sociales como

herramientas de aprendizaje

Escrito por: Alfonso Ureña, docente de la escuela de Ingeniería Industrial y Psicología de UNIBE

[Las redes sociales como herramientas de aprendizaje](#)

Arquitectura Dominicana: raíces, historia e identidad desde la academia

Escrito por: Dra. Arq. LORENA TEZANOS.

DOCENTE ESCUELA DE ARQUITECTURA UNIBE

[Arquitectura Dominicana: raíces, historia e identidad desde la academia.](#)

Dirección y Gestión Empresarial: un programa de

estudios innovador y vanguardista Parte I

Escrito por: Miguelina Franco,

Directora Escuela de Dirección y Gestión Empresarial UNIBE

[Dirección y Gestión Empresarial un programa de estudios innovador y vanguardista](#)

La orientación hacia la inversión productiva; clave del éxito empresarial

Por: Mariano E. Frontera Martínez

[1 La orientación hacia la inversión productiva; clave del éxito empresarial](#)

Los negocios y el uso de la tecnología

La satisfacción de los clientes está relacionada a la ventaja competitiva que las compañías puedan crear, por lo tanto,

hacer un correcto análisis de todas las variables que intervienen en el posicionamiento de la empresa es fundamental. La aplicación de las nuevas tecnologías en la cadena de valor, es en la actualidad, una de las variables comunes en las competencias distintivas de las empresas.

La tecnología y el universo digital se han hecho parte de la vida cotidiana de las sociedades. Esto es un gran reto para las empresas que deben enfrentarse a nuevos competidores, aquellos que están fuera de sus fronteras y al alcance de un clic de sus clientes.

Grandes imperios comerciales han sido afectados considerablemente (incluso al punto de la quiebra) por competidores que, haciendo uso de la tecnología, logran satisfacer mejor las necesidades de sus clientes. Estos competidores pueden ser corporaciones o pequeñas empresas, que sin importar su tamaño se convierten en grandes rivales. En este apartado podemos colocar a BlackBerry, quien fue hasta el 2010 la empresa líder en diseño y venta de Smartphones. Contaba con uno de los sistemas de seguridad más robustos, siendo el más deseado por los ejecutivos. Su conexión permanente a la red y su mensajería instantánea fidelizó un sinnúmero de clientes. Esta ventaja competitiva no permanente, hizo descansar a Blackberry en su éxito, desestimando la llegada al mercado del iPhone con sus productos innovadores y una pequeña aplicación, WhatsApp, que sustituyó instantáneamente el BlackBerry Messenger.

Otro caso lo vemos con las aplicaciones BlaBlaCar y Uber que afectaron un sector que la revolución de las telecomunicaciones aún no había tocado, el transporte. Estas plataformas que enlazan los choferes con los clientes fueron acogidas por las clases media y media alta con acceso a la tecnología, que buscaban un transporte eficiente y justo, desplazando considerablemente el transporte tradicional.

Estos escenarios demuestran que el mercado de hoy demanda el

uso oportuno de herramientas tecnológicas, un factor determinante para que las compañías puedan lograr una ventaja competitiva permanente. Esta ventaja se puede lograr estableciendo estrategias en el uso de la tecnología. Si comparamos las estrategias competitivas de Michael Porter y su relación con el uso de la tecnología, podemos identificar lo siguiente:

- **Diferenciación:** La tecnología tiene un impacto positivo en las estrategias de diferenciación de la empresa. Permitiendo personalizar a la medida los pedidos de los clientes. También establecer medios de ventas online y comunicarte al instante con los interesados. Estos pueden ser factores diferenciadores y significativos para estar al frente de la competencia.
- **Costes:** La tecnología permite la reducción efectiva de costes, cuando es aplicada correctamente en la cadena de valor. La automatización de procesos, control de inventario y la gestión de los recursos humanos, pueden administrarse a través de herramientas tecnológicas. Lograr una notable reducción de costes permitirá asignar mayores recursos al diseño de estrategias para ganar ventaja competitiva en la industria. Otro aspecto importante, es que el avance en los medios de telecomunicaciones permite a las empresas subcontratar profesionales en cualquier parte del mundo, pagando por el trabajo realizado. Esto permite ahorrar los costes marginales asociados a la administración del personal.

El impacto de la tecnología es, hoy en día, uno de los factores determinantes para establecer una ventaja competitiva duradera. Las empresas que se nieguen a aceptar esta nueva revolución y no cambien sus viejos paradigmas, tarde o temprano desaparecerán de la industria.

Autor:

Prof. Jeffrey Alain Rodríguez

Sobre el autor:

Jeffrey Rodríguez es ingeniero industrial por la universidad INTEC. Especializado en Dirección Estratégica y Administración de Proyectos con Maestría en Administración de Empresas por la Escuela de Organización Industrial (EOI), Madrid. Es profesor de la Escuela de Administración de Empresas de UNIBE. Más de 10 años de experiencia en el sector de producción y servicios, diseñando procesos, administrando proyectos y análisis estadístico. Actualmente labora en el sector bancario en la administración de proyectos y planificación estratégica.

Metrología

Artículo creado por el profesor Rubén Neris de la escuela de Ingeniería Industrial

[METROLOGIA-UNIBE.](#)

ALGORITMO GENERATIVO

Escrito por: **Juan Castillo**, docente de la escuela de Arquitectura UNIBE en colaboración con **Jacobo Arismendy**

[ALGORITMO GENERATIVO](#)