

Las tecnologías de la información como estrategia empresarial en un contexto globalizado

Information technologies as a business strategy in a globalized context

Elaborado: 20/10/2023
Publicado: 31/12/2023

Ismael Felipe Luna Morán

<https://orcid.org/0000-0002-1164-2207>

Universidad Nacional abierta y a distancia - UNAD

ismael.luna@unad.edu.co

Magister en administración de negocios, Especialista en Finanzas, Contador Público, Docente investigador de la Universidad Nacional abierta y a distancia, UNAD, Santa Marta, miembro del grupo de investigación INCACEN

Resumen

El contexto globalizado las tecnologías de la información y la comunicación, ha irrumpido en el mundo empresarial, Las fronteras geográficas dejaron de ser un límite para establecer relaciones comerciales con clientes y proveedores internacionales, generando una dinámica económica de corte internacional, cambiando la base para realizar negociaciones. En la actualidad, las empresas se han visto obligadas a incorporar herramientas tecnológicas dentro de sus procesos empresariales, tanto productivos como comerciales, siendo necesario la destinación de un presupuesto para tal fin.

Palabras clave: Tecnologías de información, Estrategia empresarial, Globalización

Abstract

In the globalized context of information and communication technologies, they have burst into the business world. Geographical borders are no longer a limit to establish commercial relations with international clients and suppliers, generating an international economic dynamic, changing the basis for negotiations. Nowadays, companies have been forced to incorporate technological tools into their business processes, both productive and commercial, making it necessary to allocate a budget for this purpose.

Key words: Information technology, Business strategy, Globalization

El impacto de la tecnología de la información en las organizaciones puede ser visto desde diversos puntos de vista. En lo que tiene que ver con el trabajo, la forma de realizar las actividades sufrió cambios que obedecen a la sistematización de todos los procesos, lo que implicó la necesidad de personal calificado con conocimientos y manejo de herramientas tecnológicas. En temas tecnológicos, la capacitación juega un papel fundamental para que los colaboradores se puedan ir adaptando y apropiando del uso de las nuevas herramientas.

En palabras de Stren 2002, citado por Galvez, et al (2014), las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), que se han convertido en un catalizador de los procesos organizacionales, sin lugar a dudas se constituyen en herramientas de apoyo a la gestión empresarial, apalancando la construcción de estrategias orientadas a la competitividad y la innovación, generando sostenibilidad para la organización y, por ende, para la sociedad.

La incorporación de las tecnologías en las organizaciones, pasó de ser una necesidad, a una estrategia competitiva, dado que la ausencia de esta en los procesos podría sacar a las empresas del mercado, porque el entorno para el cual fueron ideadas, cambió y sería casi imposible mantenerse en el medio, en esta lucha titánica por la conquista de clientes y de mercados, sin tener las mínimas herramientas para competir.

Es responsabilidad de la alta dirección disponer de los recursos tecnológicos para que la empresa pueda desarrollar sus labores, acordes al reto que impone el mercado globalizado y cambiante. La inversión en tecnología permite que las organizaciones cambien de estructuras rígidas a flexibles y se adapten a los nuevos escenarios, pero para ello es necesario, estimar y destinar recursos, reorganizar la estructura organizacional incorporando el departamento de tecnología dentro de la organización, y adquirir hardware y software para el procesamiento de información.

En palabras de Brunet y Belzunegui (2000), citado por Puerto (2013) la globalización se representa con el símbolo de red mundial, la cual permite mayor eficacia en los procesos productivos, reordenamiento de los modos de trabajo de las empresas, así como nuevas relaciones entre empresas, proveedores y clientes. El único objetivo que persiguen las empresas al tornarse globales, es el crecimiento, por lo que deben permitir ensanchar sus actividades a nivel internacional, ya que ampliar el tamaño del mercado es una de las principales acciones que reportan grandes beneficios a las organizaciones.

En el entorno de la empresa global, existen desafíos económicos, políticos y culturales a los cuales las empresas se deben enfrentar, y el uso del internet no es ajeno a este, por lo que se debe diseñar una estrategia que permita penetrar los

diferentes países, contemplando los aspectos antes mencionados, y diseñar todo un portafolio de aplicaciones que permitan su uso global. Partiendo del hecho que la sociedad gira en torno a las redes y estas son globales, el uso de la internet es mundialmente utilizado, y es la globalización la que trajo consigo una base mundial en cuanto al uso de las tecnologías de la información.

Para concluir, se puede observar el uso de las tecnologías de la comunicación, como un elemento dinamizador de la economía y la educación en el mundo, la tecnología por sí sola no transforma la empresa, no derriba las fronteras geográficas, es necesaria una estrategia que, a través de la planeación y la utilización de esta tecnología, las empresas se tornen globales alcanzando así un mercado internacional, que permita crecimiento y ensanche económico para las organizaciones. Teniendo en cuenta esto, es necesario contar con un personal competente no solo en el manejo de las tecnologías, sino también, en el desarrollo de estrategias tecnológicas que les permitan a las organizaciones estar a la vanguardia.

Referencias Bibliográficas

Galvez, E., et al (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios gerenciales* , 30 (133).

Puerto, D. (2013). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & Gestion* .