



## Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

**Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)**

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

**Bajo las condiciones siguientes:**



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



**Sin Obras Derivadas** — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

**Emprendimiento digital: Una mirada desde la innovación tecnológica**

**Ensayo**

**Juan Pablo Rodríguez Hoyos**

**Código 342117**

**Brian Fernando Rozo Hernández**

**Código: 342110**

**Universidad Católica de Colombia**  
**conferencias del II Congreso Internacional COFACES**  
**Bogotá, 2020**

## **Introducción**

Hoy en día la era digital ha tomado poder no solo en las personas y también tiene una gran influencia en las empresas. El uso de tecnologías digitales se convierte en una parte fundamental del entorno social, económico, familiar y profesional. Actualmente se está viviendo un mundo cambiante, donde la transformación digital de negocios existentes y el desarrollo de la innovación de las tecnologías digitales, conduce a cambios en los modelos de negocio existentes y a la creación de nuevos. La economía digital se está desarrollando rápidamente.

Por lo descrito en el párrafo anterior, se presenta a continuación un ensayo relacionado con el emprendimiento organizacional desde el ámbito digital y tecnológico, para ello se aprecia el tema teniendo en cuenta que, en la actualidad el mundo gira en un entorno al mundo digital, en el ensayo se describirán aspectos importantes como la influencia de la innovación, la tecnología en el emprendimiento y la forma en que esta puede llegar a influir en la economía o desarrollo empresarial.

Lo anterior teniendo en cuenta que, el emprendimiento digital implica creación de valor, involucrando bienes o servicios digitales, distribución digital, un lugar de trabajo digital, un mercado digital o alguna combinación de estos. “La economía digital requiere modelos de negocio distintos a los que existen en el mundo físico y, por eso, deben ser estudiados desde una perspectiva particular” (Castro, 2016 p. 1). Es bien sabido, que el emprendimiento digital, se apoya en las tecnologías de la información para crear mercado, distribuir, transformar o (en el caso de los servicios digitales) ejecutar el producto.

## **Emprendimiento digital: Una mirada desde la innovación tecnológica**

### **Ensayo**

La dimensión del talento humano mide las habilidades necesarias para aprovechar las posibilidades que ofrece una sociedad digital. Dichas habilidades van desde las habilidades básicas del usuario que permiten a las personas interactuar en línea, consumir bienes y servicios digitales, hasta habilidades avanzadas que empoderan a la fuerza laboral para aprovechar la tecnología para mejorar la productividad y el crecimiento económico. García et al., (2015) consideran que el emprendimiento digital entendido como un proceso de oportunidades, capacidades, innovaciones y responsabilidades ha sido estudiado como externo a Internet y aunque los estudios de adopción tecnológica y confianza en comercio electrónico han establecido algunas dimensiones cognitivas. En este aspecto la dimensión Uso de Internet da cuenta de la variedad de actividades realizadas por los ciudadanos que ya están en línea. Tales actividades van desde el consumo de contenido en línea (videos, música, juegos, etc.) hasta actividades de comunicación modernas o compras y banca en línea. La dimensión Integración de la tecnología digital mide la digitalización de las empresas y su explotación del canal de ventas online.

Al adoptar la tecnología digital, las empresas pueden mejorar la eficiencia, reducir los costos e involucrar mejor a los clientes, colaboradores y socios comerciales. Además, Internet como punto de venta ofrece acceso a mercados más amplios y potencial de crecimiento. Por otro lado, “con la penetración y uso masivo de las TIC a nivel global y regional la sociedad, las empresas y el Estado han sufrido una transformación sin precedentes” (Pérez, y Rojas 2016 p. 1). Se puede decir que, la modernización y digitalización influye en el emprendimiento personal y empresarial,

ya que brinda una serie de herramientas online que le permiten a las personas posesionar productos, ideas, bienes y servicios, entre otros.

Por otro lado, la Internet como punto de venta ofrece acceso a mercados más amplios y potencial de crecimiento, mediante el cual se puede generar ganancias de eficiencia para la administración pública, los ciudadanos y las empresas por igual, al adoptar la tecnología digital, las empresas pueden mejorar la eficiencia, reducir los costos e involucrar mejor a los clientes, colaboradores y socios comerciales. Autores como Del Toro, (2015) consideran que el emprendimiento digital implica la capacidad de crear y desarrollar iniciativas innovadoras con tecnologías de información y comunicación (TIC).

Por otro lado, no se puede negar que el emprendimiento digital no sería posible si no fuera por la existencia de la innovación tecnológica, según el manual de OSLO, (2010) innovación es la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Como lo indican las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación. Se consideran tanto las actividades que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad. Desde esta perspectiva, la innovación tecnológica se relaciona directamente con el emprendimiento digital. En este sentido “la palabra Innovación aparece continuamente como sinónimo de progreso, de desarrollo tecnológico, de creación de empleo, de mejora de las

condiciones de vida. Se habla de innovación en los ámbitos económicos (la innovación tecnológica en las empresas) y social (sanidad, ocio, condiciones laborales, transportes, etc.)” (González, 2000 p. 5).

Siguiendo este orden de ideas, Gómez, (2008) la estrategia de innovación es concebida como una herramienta a través de la cual se da una reconceptualización de las reglas del juego del mercado impulsada por la empresa para alcanzar el liderazgo, la satisfacción del cliente o el crecimiento empresarial. En la actualidad a los países desarrollados se está fomentando una fuerte concentración en desarrollo o mejora de nuevos productos, a ello contribuye de manera específica el reto de las empresas en Colombia donde se debe considerar la naturaleza global de sus mercados y la necesidad de hacer frente a la creciente competitividad existente a través de la innovación de los productos de la mano con los avances técnicos y tecnológicos.

La innovación en las empresas debe ir a la par con los avances científicos y tecnológicos.

Rojas, (2010) plantea las siguientes ventajas en una empresa innovadora:

Conocer cambios de las tecnologías y en los mercados próximos al entorno organizacional.

Reducir riesgos en la toma de decisiones.

Conocer nuevas necesidades de los clientes.

Dirigir los esfuerzos de innovación hacia aquellas tendencias que lo ameriten.

Conocer mejor la competencia.

Buscar alianzas con nuevos socios o asesoramiento de expertos (Rojas, 2010 p. 2).

En Colombia la globalización y la expansión de mercados a través de los tratados de libre comercio han obligado a las empresas a innovar si quieren ser competitivas. En este orden de

ideas autores como Acosta, Zárate & Fischer, (2014) definen la capacidad de innovación como la habilidad de la empresa intensiva en conocimiento para movilizar y gestionar aquellos recursos científicos y técnicos en pro del bienestar económico de la misma. En este aspecto se puede decir que la globalización es una realidad en marcha y las consecuencias de este proceso afectan la competitividad de los negocios; entonces, la necesidad de innovación y la adaptación de las empresas a los cambios que se producen en su entorno son temas de interés y actualidad, esto de acuerdo a Bitrán, Benavente y Maggie, (2011) “existe hoy el convencimiento de que en la era de la globalización el desarrollo se alcanza con más conocimiento aplicado a la producción y con más innovación que con la simple acumulación de capital y trabajo” (p. 1).

El desarrollo de las nuevas tecnologías digitales y el creciente acceso por parte de los consumidores está generando cambios importantes en sus hábitos de consumo. En esa línea, los bancos tratan de fortalecer el trabajo colaborativo y trabajo horizontal que permitan asegurar una aplicación ante las innovaciones tecnológica relevante sobre el negocio y poner al cliente en el centro de todos los esfuerzos (Rojas, 2017, p. 4).

Es importante analizar que las empresas, aunque estén posicionadas en el mercado, deben tener innovaciones, ya que deben interesarse por prestar mayor atención a las demandas de los clientes y hacer inversiones que generen alta rentabilidad. En eso se puede decir que la innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes. Por ello, para que exista un apropiado emprendimiento digital, se debe ir de la mano de la innovación tecnológica, puesto que si no surgen herramientas innovadoras difícilmente se podrá emprender de manera acertada. En este aspecto, se puede decir que la innovación es uno de los principales motores de desarrollo de las economías modernas. Es, además, la principal característica diferenciadora de los países emergentes que superan las denominadas trampas de pobreza y pasan el umbral hacia el progreso (Gómez & Mitchell, 2014 p. 18). Dentro de los principales tipos de innovación, se puede encontrar la innovación de del

producto, es decir que implica el desarrollo de un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada, para considerar innovador un producto, este debe presentar las características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en la empresa, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.

También se puede observar el concepto de innovación de proceso, este es aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. La innovación parte de la producción de conocimiento, depende de un mejoramiento continuo, conduce a un cambio institucional acorde a nuevas condiciones, lo que obliga a unas nuevas formas de organizaciones (Patiño, 2010). El emprendimiento en las empresas desde un punto de vista innovador debe ser visto como un valor agregado, lo que conlleva a una implementación de políticas públicas acordes a las condiciones y exigencias actuales del mundo empresarial, condiciones que constituyen uno de los elementos fundamentales.

Olivares, (2013) "la innovación es a menudo un nuevo concepto, que normalmente surge de la interacción entre especialistas, debido a que, cuando su conocimiento se combina aparecen nuevas ideas en las que nadie había pensado antes". En esto se resalta la importancia de la medición de los procesos de innovación, según el autor estos radican en que los indicadores en este campo son instrumentos para la toma de decisiones de políticas, tanto en la esfera privada como en la gubernamental. Es decir que la innovación se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto



la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, la producción y/o la distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.

Por consiguiente, las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento. La innovación es el proceso sistemático que retoma ideas y propuestas generadas por las personas.

Gómez et al, (2013) plantea una serie de claves que deben plantearse una empresa emprendedora, concierne la idea de lo importante de crear o pertenecer a una empresa innovadora. Es decir que si se analizan los principios de innovación aplicados a las empresas se llega a la conclusión de que este suministra soporte y recursos de las empresas que las hacen viables y administra el proceso a través del cual las ideas se convierten en productos, servicios, soluciones, conceptos, que se implementan, se comercializan y generan los resultados previstos.

Por otro lado, un verdadero emprendimiento digital, se da desde la introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y la calidad de una actividad de apoyo básico. Esto consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas.

Para Migdely et al, (2007) se deben estudiar los conceptos de innovación, tecnología y su importancia para el desarrollo empresarial desde los enfoques cognitivos y epistemológicos. De

acuerdo al autor, para esto se debe definir la gestión tecnológica; al igual que se deben exponer sus fases y alcance, así como las características en el sistema empresarial.

La tecnología es el conjunto de conocimientos científicos y empíricos, habilidades, experiencias y organización requeridos para producir, distribuir, comercializar y utilizar bienes y servicios. Incluye tanto conocimientos teóricos como prácticos, medios físicos, know how, métodos y procedimientos productivos, gerenciales y organizativos, entre otros, así como la identificación y asimilación de éxitos y fracasos anteriores, la capacidad y destrezas de los recursos humanos, etcétera (Migdely et al, 2007 p. 3).

La tecnología como herramienta del emprendimiento digital, permitirá la variación de la innovación en una organización empresarial, esta genera cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de optimizar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores. La tecnología va de la mano en la actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad. Esto teniendo en cuenta lo manifestado por Baena, (2009) quien señala que la innovación es, cada vez de forma más acusada, un factor esencial en las organizaciones para determinar su crecimiento económico, mejorar su eficacia y aumentar su competitividad empresarial.

Según López, (2005) desde un punto de vista tecnológico, se hace referencia a las ideas basadas o fundamentadas en el conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos avanzados aplicados al margen de una empresa u organización. Es decir que la innovación analizada desde el enfoque tecnológico permite apreciar la concepción del proceso de innovador complejizado, es decir entendiendo que es un proceso lineal controlado y de responsabilidad de

la organización, a ser un asunto altamente riesgoso, de patrones caóticos, con múltiples interrelaciones y retroacciones, tanto en el interior de la organización como los agentes del entorno analizando con calma en el momento de ejecutar los planteamientos innovadores en relación a los avances tecnológicos.

Se puede considerar la importancia de la tecnología en la empresa, hoy en día, está presente en cada aspecto de la vida. Esta siempre está avanzando, cada día se innova en algún aspecto de ella y uno de los campos en los que avanza más rápidamente es en el ámbito empresarial. En este aspecto tanto la tecnología como la “innovación son un proceso social complejo que puede alcanzar distintos grados de complejidad y formalización” (Dini. & Stumpo, 2002).

Montesa, (2013) para este autor en realidad, la innovación surge cuando la empresa se enfrenta a una oportunidad o a un problema, lo que obliga a preguntarse por las herramientas disponibles para su gestión, o lo que es lo mismo, en qué aspectos debemos “innovar la gestión”. Si se aprecia el concepto de innovación y el de tecnología, se puede decir que tanto la innovación como la tecnología en las empresas, ayuda a tener una mejor organización en todos los aspectos, desde cómo llevar a cabo cuentas administrativas, como los gastos e ingresos de la corporación, o cuanto se le debe pagar a cada empleado, hasta qué tareas debe realizar cada uno de los trabajadores, y cuando deben descansar estos, etc.

En el desarrollo de la humanidad, la Innovación, tiene un despegue más temprano en comparación a la Ciencia y la Tecnología, y a partir de esta en el marco de una sociedad que crece y avanza aceleradamente en información, comunicación y globalización, donde ya varios países latinoamericanos, han elaborado lineamientos y estrategias en innovación y competitividad nacional o global, económica y cultural, para la inserción y progreso en diferentes ámbitos internacionales” (Vega, 2012).

Se observa la manera en que la innovación y la tecnología ayuda a mejorar en el campo en el que se desenvuelve la empresa. A través de estas herramientas, la empresa, se encarga de crear nuevos aparatos y aplicaciones para mejorar la eficiencia y productividad.

Karim. & Gherab, (2012) enumeran algunos de los conceptos que caracterizan los sistemas de innovación y conocimiento distribuido, desde un punto de vista tecnológico que pueden llevar al emprendimiento digital:

Apertura: abrir (aunque sea parcialmente) los recursos y los conocimientos innovadores.

Comunidad de iguales: sistemas horizontales, sin jerarquías preestablecidas.

Colaboración: crear sinergias.

Autoselección de los participantes: acción voluntaria de los participantes.

Granularidad/modularidad de los problemas a resolver: facilita la autoselección por parte de los participantes.

En este aspecto Pérez, Camacho y Arroyo, (2007) han considerado que, en este contexto, la competitividad se ha asociado cada vez más a la innovación, al conocimiento y al desarrollo tecnológico. El progreso tecnológico se refiere a la introducción de cualquier cambio en la aplicación de información al proceso de producción que permite la obtención de un incremento en la eficiencia: todo esto resultante o bien en la fabricación de un producto dado con menores recursos (esto es, menores costos), o en la elaboración de nuevos productos o la mejora de estos.

A modo de conclusión, se puede decir que los grandes cambios en el entorno empresarial actual, caracterizado entre otras cosas, por el gran impacto del desarrollo de la tecnología y la innovación en el mundo empresarial, hacen que se transformen los procesos tradicionales de comunicación y gestión de la información, y a su vez que la organización encause el uso de la tecnología de información como herramienta vital para alcanzar sus metas.

El espíritu empresarial juega un papel importante en el crecimiento económico y el nivel de vida de la comunidad local. Al hacer lo mejor para los negocios, todo empresario debe empoderar a la comunidad local, la economía nacional e internacional. Es decir, va a ir de la mano del emprendimiento digital, lo cual conllevará al aumento de la actividad empresarial en las zonas menos desarrolladas generando emprendimiento empresarial y el desarrollo apropiado de los negocios.

Es importante que tanto personas como empresas, implementen estrategias que conduzcan a una ventaja competitiva y un desarrollo sostenible basadas en nuevas tecnologías, conocimientos e inversiones, y brindar apoyo legal y administrativo a los pequeños empresarios en el desarrollo de sus ideas. Un mayor uso de tecnologías digitales avanzadas por parte de las organizaciones públicas y privadas las cuales impulsen el crecimiento y el empleo, es decir por medio del emprendimiento digital puede nivelar el campo de juego en ciertos sectores, creando oportunidades para trabajar desde áreas remotas, a diferentes horas, desde el hogar o en movimiento.

Puede desempeñar un papel importante en la promoción de la igualdad de género, la inclusión social y económica, estimular el desarrollo local y contribuir al desarrollo sostenible. Especialmente cuando las nuevas tecnologías se combinan con la disponibilidad de datos públicos o privados, los cuales proporcionan una ruta al mejoramiento organizacional y/o personal desarrollo de nuevas ideas, procesos o actividades que se desarrollan mediante emprendimientos digitales.

## Referencias bibliográficas

Acosta, J., Zárate T., Fischer A. (2014). Ba: espacios de conocimiento. Contexto para el desarrollo de capacidad de innovación. Un análisis desde la gestión del conocimiento. Consultado en <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/797/775>

Baena, C. (2009). Guía para la Autoevaluación de la Gestión de la Innovación Empresarial. Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión. © Instituto Andaluz de Tecnología. Consultado en <http://excelencia.iat.es/files/2012/08/GuiaevaluacionInnovacion.pdf>

Bitrán, E., Benavente, J. & Maggie, C. (2011). Bases para una estrategia de innovación y competitividad para Colombia. Documento basado en Informe Final de Consultoría - Centro de Productividad Universidad Adolfo Ibáñez, Chile. Consultado en <http://www.urosario.edu.co/ICTPI-11/Documentos/Estrategia-innovacion-Colombia-VDEF-Abstract-Bitra/>

Castro, J. (2016) Emprendimientos digitales y diseño de modelos de negocio: investigación aplicada en estudiantes de la Carrera de Comunicación. Contratexto N.o 25. Consultado en <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/656/633>

Del Toro, W. (2015) Emprendimiento digital en las relaciones públicas. Revista Tendencias, Asociación de Relacionistas Profesionales de Puerto Rico. Consultado en [https://www.researchgate.net/profile/Wanda\\_Del\\_Toro/publication/282505915\\_Emprendimiento\\_digital\\_en\\_las\\_relaciones\\_publicas/links/5611623108ae6b29b49e1301.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Wanda_Del_Toro/publication/282505915_Emprendimiento_digital_en_las_relaciones_publicas/links/5611623108ae6b29b49e1301.pdf)

Dini, M. & Stumpo, G. (2002). Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Consultado en <http://www.cepal.org/ddpe/publicaciones/xml/3/43993/w403.pdf>

García C. Et al. (2015) Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México –UAEM. Revista Visión Gerencial, núm. 2. Consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545899003.pdf>

Gómez, H. & Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. Cuadernos de Fedesarrollo Número cincuenta consultado en [http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/CUARDENOS-DE-FEDESARROLLO-No.-50-INNOVACION-Y-EMPREDIMIENTO-EN-COLOMBIA-debate\\_pres\\_2014\\_cuad50.pdf](http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/CUARDENOS-DE-FEDESARROLLO-No.-50-INNOVACION-Y-EMPREDIMIENTO-EN-COLOMBIA-debate_pres_2014_cuad50.pdf)

Gómez, I. et al. (2013). 6 claves para un emprendimiento innovador. Gestipolis. Consultado en <http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia-2/6-claves-para-un-emprendimiento-innovador.htm>

Gómez, R. (2008). Estrategias y Control de la Innovación. Universidad de Valencia. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas N°. 2. Disponible en [http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos\\_2/camarasa\\_gomez.pdf](http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos_2/camarasa_gomez.pdf)

González, A. (2000). La Innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas. Dirección general de investigación. Confederación empresarial. Madrid. Disponible en <http://www.oei.es/salactsi/libro9.pdf>

[http://portal.uned.es/portal/page?\\_pageid=93,23280929&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL)

Karim, J. & Gherab, M. (2012). La innovación tecnológica. ¿Cómo cambian las conductas? Nueva Revista de política, cultura y arte. Consultado en <http://www.nuevarevista.net/articulos/la-innovacion-tecnologica-como-cambian-las-conductas>



López, C. (2005). Creatividad e innovación en la práctica empresarial. Fundación Cotec para la innovación tecnológica. Salamanca, España.  
<http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/creatividad%20e%20innovacion.pdf>

Manual de Oslo sobre Innovación, (2010) disponible en

Migdely, B. (2007). et al. Innovación, tecnología y gestión tecnológica. versión ISSN 1024-9435 ACIMED v.16 n.4 Ciudad de La Habana. Consultado en  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352007001000008&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352007001000008&script=sci_arttext)

Montesa, E. (2013). La dinámica de la Innovación (I). España. Consultado en  
<http://disseny.ivace.es/es/disenyo-y-empresa/innovacion-y-disenyo/la-dinamica-de-la-innovacion-i.html>

Olivares, J. (2013). La innovación como supervivencia de las empresas tecnológicas. Gestipolis. Consultado en <http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia-2/la-innovacion-como-supervivencia-de-las-empresas-tecnologicas.htm>

Patiño, P. (2010). Innovación como motor del desarrollo. Intervención en el Foro “Medellín asume el reto de la innovación”. Consultado en  
<http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/BibliotecaProgramas/Expouniversidad/articulos/Innovaci%C3%B3n%20como%20motor%20de%20Desarrollo>

Pérez, A., y Rojas, V., I. (2016) Las TIC como dinamizador de los nuevos negocios económicos y sociales. Ploutos, 4(2), 4-13. Recuperado a partir de  
<https://journal.ean.edu.co/index.php/plou/article/view/1377>

Pérez, R., Camacho, O. & Arroyo, G. (2007). El incremento de la productividad y competitividad en México: Innovación, conocimiento y desarrollo. PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad. México. Consultado en  
<http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/204/290>

Rojas, J. (2010). La Vigilancia Tecnológica como Herramienta de Competitividad e Innovación CEGESTI. Éxito empresarial. Disponible [http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion\\_154\\_270611\\_es.pdf](http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_154_270611_es.pdf)

Scarone, C. (2005). La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación en producto. Internet Interdisciplinary Institute (IN3): <http://www.uoc.edu/in3/esp/index.htm>

Vega, A. (2012). Aspectos y avances en ciencia, tecnología e innovación. Revista Latinoamericana, POLIS. Universidad Santo Tomás, Iquique, Chile. Consultado en <http://polis.revues.org/8619>