



**Universidad Tecnológica de la Mixteca
Registro de Proyecto de Investigación**

Folio ICSH/F010

FECHA DE ELABORACIÓN 13 10 2021
DÍA MES AÑO

Instituto: Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades	
Nombre del responsable del Proyecto: Dr. Conrado Aguilar Cruz Correo electrónico: conrado@mixteco.utm.mx Nivel S.N.I: Si () No (X) Perfil PRODEP: Si (X) No ()	Título del Proyecto Capacidades tecnológicas y de innovación para la competitividad organizacional
Tipo de investigación: Básica () Aplicada (X) Desarrollo Tecnológico () Educativa ()	
Fecha de inicio del proyecto 13, 10, 2022	Fecha de término del proyecto 30, 06, 2022

Si el proyecto recibe apoyo económico mencione:	
Nombre de la institución:	
Monto del apoyo (\$):	

Profesores colaboradores		
Nombre	Instituto de adscripción	Firma
Dra. Cecilia Ibarra Cantú	ICSH, UTM	
Mtro. Moisés Manzano Herrera	ICSH, UTM	
Dra. Lilia Alejandra Flores Castillo	ICSH, UTM	

Formación de Recursos Humanos <small>(Número de estudiante a graduar/titular/liberar en servicio social)</small>		Productividad Académica <small>(productos esperados)</small>	
	Metas esperadas <small>(Cuantitativo)</small>		Metas esperadas <small>(Cuantitativo)</small>
Doctorado:		Artículos científicos en revistas indizadas:	1
Maestría:		Artículos de divulgación:	1
Licenciatura:	1	Memorias en extenso en congresos nacionales:	1
Servicio social:	2	Memorias en extenso en congresos internacionales:	
		Libros:	
		Capítulos de libros:	
		Prototipos:	
		Informes Técnicos:	1

Breve descripción del proyecto (planteamiento, justificación, objetivos y metas): Planteamiento: <i>Una tendencia en los negocios es crear valor de manera conjunta: empresa-consumidor, a través de enfocarse en la explotación de sus capacidades centrales como parte de su estrategia de competencia.</i>
--

La evidencia empírica demuestra que tanto en empresas de industrias de alta tecnología como en empresas de industrias tradicionales es cada vez más frecuente personalizar experiencias de consumo de bienes y servicios con base en el acceso a recursos globales. Lo mismo sucede con el modelo de ingresos, ha evolucionado de una base tradicional sustentada en la transacción a una relación permanente con el consumidor; de vender un producto a vender un servicio; transformando así la tradicional propuesta de valor centrada en el producto físico a una propuesta de valor centrada en el servicio y las soluciones, mejores costos, experiencias superiores, seguridad, desarrollo de habilidades, mejora en los rendimientos y disponibilidad.

Por ejemplo, empresas provenientes de sectores tradicionales: Café punta del cielo y Starbucks (café); Norwich Union, ICICI prudential e ING (seguros); Nike (calzado); Goodyear y Bridgestone (neumáticos); Tutor Vista y conamat (educación); Cirque Du Soleil (entretenimiento); Whole Foods Market (alimentos orgánicos) y empresas pertenecientes a sectores de alta tecnología: Apple, Google, Facebook, eBay, Mercado libre, Amazon, etc., (Kim & Mauborgne, 2005; Prahalad & Krishnan, 2009) revolucionan sus modelo de negocio utilizando las plataformas digitales.

En este contexto, de acuerdo con Hobbs & Butterworth (1999) la red informática mundial (World Wide Web) es una de tantas aplicaciones construida sobre internet, una arquitectura conocida como servidor web (server) utilizando un navegador en internet (browser) concretando en una página web. Su historia se remonta a tres décadas atrás (1989) con el objetivo de mejorar el intercambio de información dentro de Internet hasta convertirse en sofisticados sitios de comercio de bienes y servicios. El distanciamiento social a consecuencia de la pandemia causada por el SARS-Cov-2 (COVID-19) evidenció la necesidad de profundizar en el desarrollo de capacidades tecnológicas y habilidades digitales para implantar estrategia de comunicación utilizando diversos canales de marketing digital, como señala Lozada, et al. (2020) la comunicación virtual es la base de la realización del valor entregable en productos y servicios y una virtual ventaja competitiva.

Justificación:

Actualmente los modelos de negocio necesariamente deben contemplar la construcción de capacidades tecnológicas y habilidades digitales para la competitividad organizacional. La pandemia causada por el SARS COV-2 (Covid-19) evidenció y aceleró la necesidad de potenciar las capacidades tecnológicas y las habilidades digitales.

Objetivos: *Analizar la relación entre las capacidades tecnológicas, habilidades digitales y la competitividad organizacional*

Metas (Se esperan 7 productos): tesis de licenciatura (1), Servicio social (2), Artículo científico en revistas indizadas (1), Artículo de divulgación (1), Memoria en extenso en Congreso Nacional (1) e Informe técnico (1).
Desarrollar

Profesor-Investigador Responsable

Dr. Conrado Aguilar Cruz
Profesor Investigador
Nombre y Firma

Director del Instituto

Dr. Agustín Santiago Alvarado
Vice-Rector Académico
Nombre y Firma
**VICE-RECTORIA
ACADÉMICA**

Notas:

- El folio consecutivo es asignado por la Dirección del Instituto.
- La **fecha de inicio del proyecto** debe corresponder con la **fecha de elaboración** del documento.