

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración

Tesis

**La innovación tecnológica en el *marketing*
organizacional de la empresa Crespal, Lima, 2023**

Antony Josue Garcia Pimentel
Marco Antonio Salazar Campos
Rina Jacqueline Zanabria Carrasco de Multhauptff

Para optar el Título Profesional
de Licenciado en Administración

Lima, 2025

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa
DE : Martín Armando Olivares Quiroz
 Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 27 de Diciembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Autor:

García Pimentel Antony Josue – EAP. Administración
 Salazar Campos Marco Antonio – EAP. Administración
 Zanabria Carrasco de Multhupff Rina Jacqueline – EAP. Administración

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 10 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SI NO
 N° de palabras excluidas (**en caso de elegir "SI"**):
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
 (No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

Asesor

Mg. Martin Armando Olivares Quiroz

Dedicatoria

A mi amada esposa, por su apoyo incondicional y su amor constante, que han sido mi fuente de fortaleza. A mi querida hija, que ilumina mis días y me recuerda la importancia de seguir adelante y nunca rendirme, a mi madre, por sus enseñanzas y sacrificios, que han forjado la persona que soy hoy, y a mis hermanos, por su compañía y por recordarme que siempre hay un momento para sonreír. Esta tesis es un reflejo de lo muy importante que son ustedes para mí.

Antony Josue Garcia Pimentel

Dedico esta tesis de todo corazón a mis padres, hermanos y familiares que me apoyaron en este proceso en lograr mis objetivos en los momentos difíciles como la pandemia y cumplirlos con sus alientos de motivación y sabiduría en este camino profesional.

Marco Antonio Salazar Campos

Agradezco a Dios por todas sus bendiciones sobre mí. Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi amada madre Marina, aunque no esté físicamente presente, su amor, enseñanzas y sacrificios son la razón por la que hoy puedo alcanzar esta meta. Su fortaleza siempre será mi mayor inspiración y su recuerdo un faro que ilumina mi camino. a mi papito por creer siempre en mí. A mi esposo Bergman, por ser mi mejor compañero, tu amor, paciencia y confianza ha sido fundamental. A mis amados hijos Sayumi y Bergmitan, quienes con su alegría, cariño y energía me han dado la razón más hermosa para perseverar. A mis hermanos por ser mis compañeros de vida y por compartir conmigo cada paso de este camino, gracias por su amor.

Rina Jacqueline Zanabria Carrasco de Multhauptff

Agradecimiento

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi esposa e hija, cuyo amor y apoyo incondicional me han dado la fuerza para enfrentar cada desafío. A mi madre, por sus sacrificios y enseñanzas que me han guiado siempre. A mis hermanos, por su constante apoyo y complicidad en esta aventura. A mis compañeros de clase, por estar a mi lado en este recorrido académico, a mi asesor, por su valiosa orientación en esta tesis, a la Universidad Continental y a los profesores que compartieron sus conocimientos conmigo.

Antony Josue Garcia Pimentel

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento especialmente a mis padres por su aliento incondicional, amigos de Crespal y compañeros de clase que compartimos en este viaje académico, al asesor de esta tesis, la universidad Continental y los profesores que compartieron sus conocimientos y consejos valiosos.

Marco Antonio Salazar Campos

Primero y, ante todo, agradezco a Dios, por su infinita bondad y por guiarme en cada paso de este camino, A mis amados padres. A mi amado esposo, por ser mi mayor apoyo, por su amor incondicional, su paciencia y comprensión. A mis queridos hijos, que con su alegría y amor han sido mi motivación más grande. A mi rector, a mis profesores, por su dedicación y por compartir su conocimiento. A mis compañeros, cuyo respaldo hizo que esta etapa fuera más fácil de sobrellevar.

Rina Jacqueline Zanabria Carrasco de Multhauptff

Índice de Contenido

Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	xv
Capítulo I	17
Planteamiento del Problema	17
1.1. Escenario de la Investigación	17
1.1.1. Territorial	17
1.1.2. Temporal	17
1.1.3. Conceptual	17
1.1.4. Experiencia y Rol del Investigador	18
1.2. Situación Problemática	18
1.2.1. Antecedentes de la Investigación	18
1.2.2. Caracterización de los Sujetos de Estudio	23
1.2.3. Caracterización del Problema	24
1.3. Formulación del Problema	29
1.3.1. Problema General	29
1.3.2. Problemas Específicos	30
1.4. Propósito de la Investigación	30
1.4.1. Propósito General	30
1.4.2. Propósitos Específicos	30
1.5. Justificación de la Investigación	31
1.5.1. Justificación Teórica	31
1.5.2. Justificación Práctica	32
Capítulo II	37
Estado del Arte	37
2.1. Revisión Literaria	37
2.1.1. Innovación Tecnológica	37
2.1.2. Marketing Organizacional	45
2.2. Marco Conceptual	46

Capítulo III	48
Metodología	48
3.1. Enfoque de la Investigación	48
3.1.1. Justificación del Enfoque Cualitativo	48
3.2. Paradigma de la Investigación	49
3.3. Métodos de Investigación	49
3.3.1. Método General	50
3.3.2. Método Específico	50
3.4. Selección de los Sujetos de Estudio	56
3.5. Técnicas de Producción de Información	57
3.6. Técnicas del Análisis de Información	57
Capítulo IV	59
Resultados	59
4.1. Descripción del Trabajo de Campo	59
4.2. Análisis y Síntesis de los Resultados	60
4.2.1. Resultados del Diálogo	60
4.2.2. Análisis Vertical	71
4.2.3. Análisis Horizontal (Caracteres)	83
4.2.4. Análisis Horizontal (Subcategorías)	84
4.3. Interpretación de los Hallazgos (Categorías)	90
4.3.1. Base de Datos	90
4.3.2. Herramientas Digitales	91
4.3.3. E. Commerce	94
4.3.4. Social Media	95
4.4. Aporte Teórico	98
4.5. Aporte Práctico	100
4.6. Triangulación	101
Conclusiones	112
Recomendaciones	115
Referencias	117
Apéndices	123
Apéndice A	124

<i>Matriz de consistencia</i>	124
Apéndice B	127
<i>Sistema de Categorías A priori</i>	127
Apéndice C	128
<i>Sistema de Categorías A posteriori</i>	128
Apéndice D	129
<i>Validación de experto 1</i>	129
<i>Validación de experto 2</i>	131
<i>Validación de experto 3</i>	133
Apéndice E	135
<i>Ficha técnica de entrevista</i>	135
Apéndice F	136
Fotografías	136
<i>Foto 1: Captura de entrevista con los colaboradores</i>	136
<i>Foto 2: Captura de entrevista con los colaboradores</i>	137
<i>Foto 3 Captura de entrevista con los colaboradores</i>	138
<i>Foto 4: Captura de entrevista con los colaboradores</i>	139

Índice de Tablas

Tabla 1. Sistema de categorías (véase Apéndice B)	52
Tabla 2. Matriz de Categorización I	53
Tabla 3. Matriz de Categorización II	54
Tabla 4. Matriz de Categorización III	55
Tabla 5. Matriz de Categorización IV	56
Tabla 6. Colaboradores población finita	57
Tabla 7. Técnicas e Instrumentos	58
Tabla 8. Estados de función de recolección de datos	59
Tabla 9. Matriz de evaluación de caracteres	62
Tabla 10. Matriz de evaluación de categorías	63
Tabla 11. Análisis Horizontal de Caracteres	84
Tabla 12. Análisis Horizontal	86
Tabla 13. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 1	103
Tabla 14. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 2	104
Tabla 15. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 3	105
Tabla 16. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 4	106
Tabla 17. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 5	107
Tabla 18. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 6	108
Tabla 19. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 7	109
Tabla 20. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 8	110
Tabla 21. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 9	111
Tabla 22. Matriz de triangulación de resultados Pregunta 10	112

Índice de Figuras

Figura 1. Organigrama Oficina Regional Perú	24
Figura 2. Exportaciones de productos farmacéuticos en Latinoamérica y el Caribe 2022 (millones de dólares).	26
Figura 3. Establecimientos farmacéuticos en el Perú, 2023	28
Figura 4. Ventas por unidades, Crespal.	29
Figura 5. Ingresos por cadenas, Crespal.	30
Figura 6. Indicadores de desempeños y metas, Crespal (1)	34
Figura 7. Indicadores de desempeños y metas, Crespal (2)	35
Figura 8. Indicadores de desempeños y metas, Crespal (3)	36
Figura 9. Indicadores de desempeños y metas, Crespal (4)	37

Resumen

La presente investigación tiene como propósito general explorar las percepciones y experiencias de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, en el impacto de adopción de innovaciones tecnológicas en su estrategia de marketing organizacional. La investigación tuvo como metodología un enfoque cualitativo, el diseño es de tipo descriptivo, no experimental y transversal. Se obtuvieron información de cinco colaboradores del área de marketing, con una validación de instrumento revisada y sugerida por expertos de una manera clara y uniforme como son las entrevistas con preguntas semi estructuradas abiertas para una adecuada recolección de datos a una población no probabilística. Los resultados más importantes fueron los obtenidos como son el almacenamiento en la nube para pequeñas empresas como IBM y Amazon Web Services (AWS) para grandes corporaciones y las soluciones Big Data on-premise menos efectivas que su anterior por vulneración de ciberataques, pero de acceso veloz en sus ordenadores, las herramientas digitales como Google Meet, Google Drive y el Smartphone son indispensables para las comunicaciones entre los trabajadores en tiempo real, la plataforma B2B muy recomendado para operaciones en línea con clientes y el social media incluido WhatsApp ha interactuado en conocerse mejor entre colaboradores y empresa dependiendo de sus virtudes tecnológicas. Se concluye la investigación, influyeron en sus áreas la tecnología para progresar entre trabajadores con efectividad y eficiencia que beneficiaron a la empresa que sirvió a profundizar en sus labores organizacionales.

Palabras claves: Innovación tecnológica, marketing organizacional.

Abstract

The general purpose of this research is to explore the perceptions and experiences of the marketing collaborators of Crespal Company, Lima 2023, in the impact of the adoption of technological innovations in their organizational marketing strategy. The research methodology was qualitative, the design was descriptive, experimental and cross-sectional. Information was obtained from five collaborators in the marketing area, with an instrument validation reviewed and suggested by experts in a clear and uniform way such as interviews with semi-structured open-ended questions for an adequate data collection. The most important results were those obtained such as cloud storage for small businesses such as IBM and Amazon Web Services (AWS) for large corporations and Big Data on-premise solutions less effective than its predecessor for vulnerability to cyber-attacks, but fast access on their computers, digital tools such as Google Meet, Google Drive and Smartphone are essential for communications between workers in real time, the B2B platform highly recommended for online operations with customers and social media including WhatsApp has interacted in knowing each other better between employees and company depending on their technological virtues. It is concluded the research, influenced in their areas the technology to progress between workers with effectiveness and efficiency that benefited the company that served to deepen their organizational work.

Keywords: Technological innovation, organizational marketing

Introducción

La presentación de esta investigación tiene como propósito explorar las percepciones y experiencias de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, explorar las percepciones y experiencia permitirá a los investigadores descubrir sus inquietudes acerca de las innovaciones tecnológicas en sus áreas mediante entrevistas a una selección de sujetos con conocimientos del tema.

Los avances tecnológicos ayudan establecer una identidad actualizada en innovación con el fin de ser competitivo en el mercado y poder subsistir ante los demás, donde las empresas en su mayoría que sobrevivieron ante cualquier problema como la pandemia y la crisis mundial, aplicaron la audacia tecnológica para mantenerse firme y sólido por la supervivencia.

El Capítulo I plantea la problemática, escenario de la investigación, fundamentos conceptuales, experiencia de los investigadores, experiencia de los investigadores, situación de la problemática con sustento de artículos científicos, tesis que respaldan la investigación, caracterización del sujeto de estudio y problema, se mencionan la formulación del problema, el propósito de investigación y sus justificaciones.

El Capítulo II ofrece una revisión literaria de los acontecimientos que se desarrolla en los caracteres en esta investigación, con referencias al estudio en categorías y subcategorías para reforzar cada teoría en función a sus factores que determinan en cada propuesta que brinda el marco conceptual existente.

El Capítulo III se centra todo lo relacionado al aspecto metodológico. Se define el enfoque de investigación, la adopción del paradigma, los métodos empleados, el sistema de categorías para

una visión sistemática, elección de los sujetos de estudio, técnicas de análisis y producción con generaciones de información.

El Capítulo IV incluye en la presentación, análisis y síntesis de resultados, la interpretación de los hallazgos en semejanzas y diferencias, y se concluyen con las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Escenario de la Investigación

1.1.1. Territorial

Esta investigación fue desarrollada en la empresa Laboratorios Crespal Sucursal del Perú, en la ciudad de Lima.

1.1.2. Temporal

La investigación estuvo desarrollada durante el periodo enero-julio 2023.

1.1.3. Conceptual

Esta investigación tuvo como base los conocimientos de dos caracteres en primer lugar, Innovación Tecnología y, en segundo lugar, Marketing Organizacional.

Los conceptos de esta investigación fueron tomados de los autores relacionados a la innovación tecnológica en su publicación, según Kammerer y Murga (2024) comentan que el crecimiento humano obliga a la humanidad a los cambios para un bienestar general en sus vidas y a buscar soluciones novedosas con herramientas e introducir para obtener ventajas en los servicios y productos nuevos o ya existentes con innovaciones para un mercado competitivo global que sea aceptable. El desarrollo de las sociedades va en paralelo en crear nuevas estrategias de supervivencia y que sirve como pretexto para innovar con tecnología en un mercado altamente competitivo con aceptación.

Por su parte Castillo (2023) anuncia en su libro digital que el marketing organizacional también llamado marketing interno tiene como búsqueda de mejorar las relaciones duraderas

entre el personal laboral y la institución empresarial, moldeados con una estrategia de comunicación entre los empleados, la visión, misión y sus objetivos creando buen desempeño para lograr las metas que promueve desarrollo cultural organizacional siendo esto muy importante, el servicio, la productividad interna y valores, donde el aprendizaje en equipo servirá de mucha ayuda en lograr fidelizar las ventas de sus consumidores en beneficio de la organización.

1.1.4. Experiencia y Rol del Investigador

Se tuvo como experiencia en el departamento de administración de distribución de productos y tuvo como rol ser asesor en el área de marketing interno.

1.2. Situación Problemática

1.2.1. Antecedentes de la Investigación

A. Artículos Científicos.

Kammerer y Murga (2024) en el artículo “*La innovación tecnológica desde un enfoque de dinámica de sistema*”, admiten el desarrollo de la tecnología en un mundo globalizado y evolutivo que crece las capacidades competitivas con estrategias humanas. Esta investigación tiene como objetivo tecnológico de innovación con enfoques dinámicos en sistemas (SD) se debe a los análisis en la temática. Su metodología se aplica al problema planteado, en diagramas de flujos y de bucle causal. Sus resultados fueron las identificaciones de inversiones para innovar, capital de inversión en innovación, capital para recursos humanos de niveles altos, servicios de innovación en gestiones y modelos con diagramas y estadísticos con buenos indicadores. Se desarrollan las innovaciones en dinámicas de sistemas que se inviertan en innovaciones en recursos humanos, proyectos e ingresos por servicios.

Gazca et al. (2022) en el artículo “*Análisis del marketing digital vs marketing tradicional*”, los autores explican que en esta era para saber y saber qué es lo que más quieren los clientes y con ejemplos optaron por la tecnología digital que están más propensos a desarrollar en sus pedidos. La metodología que usó el autor es de estudio cuantitativo con un alcance descriptivo- transversal. Asimismo, estos autores concluyen con una exhaustiva investigación en consideración que las encuestas están más a favor del marketing digital en comparación de los medios publicitarios.

Por otro lado, Arteaga y Menéndez (2021) en el artículo “*Redes Sociales: Recurso innovador para emprendedores*” los autores mencionan como objetivo de esta investigación analizar las redes sociales como herramientas que pueda resolver en las pymes. Se usó un método de tipo cualitativo - no experimental, se tuvo como resultados la innovación como principio para rendimiento de visualización con mejoras empresariales expectantes. En conclusión, se superó competir ante marcas ya reconocidas que se pueda plantear introducir con lo suyo con un marketing comenzado sabiendo que la competencia es difícil con ganas de innovar.

Según los autores en su artículo; Entendiendo la adopción de e-marketing en micros, pequeñas y medianas empresas mexicana, el objetivo de esta investigación es la parte crítica identificada adaptable en un marketing que no fueron aceptados en América Latina en un pasado, metodología cuantitativa en base a encuestas con resultados de ecuaciones con estructura en el caso mexicano con revisión literaria (Solano et al., 2022). Se resume que se quiere adoptar un marketing en varios sectores empresariales en México para una validación que pueda ser competitiva.

Meléndez y Flores (2022) mencionan en su artículo *“Big Data en la Gestión Académica Administrativa de los Procesos de Formación Continua Virtual”*, que se realizó como objetivo conceptos teóricos que aplicaron de forma continua virtual. En su metodología describieron procesos académicos, programas, administrativos y el control que relacionaron directamente con la big data en plataformas educativas que les han permitido tomar decisiones en tiempo real. Sus resultados fueron en base a encuesta por medio de la big data que pudieron verificar resultados confiables en una gestión académica virtual que mejoraron sus servicios. En resumen, este artículo permitió que la big data es una herramienta que desarrolla y complementa las gestiones académicas administrativas virtuales para las decisiones a la realidad actual.

Cárdenas y Olarte (2022) en su artículo científico *“Análisis de seguridad entre microservicios con Amazon Web Service. Revista Logos Ciencia & Tecnología”*, tiene como objetivos la encriptación en la base de datos en la nube para evitar vulneraciones de ciberataques y dar seguridad a las aplicaciones por plataformas como la Amazon Web Service (AWS), su metodología es descriptiva no experimental, los resultados han tenido éxito gracias a las plataformas a través del internet con el avance de compartir datos en líneas trajeron consigo la ciberseguridad en las empresas. En resumen, si un ciberataque llega a vulnerar la base de datos y archivos que se encuentran encriptados, esto a su vez, no pueden visualizarse por personas con malas intenciones.

B. Tesis Nacionales e Internacionales.

Mori (2023) en el artículo *“Estrategias de marketing digital para incrementar las ventas de motos en la empresa Japón Motos Chiclayo 2022”*, el autor define como objetivos estratégicos de ingresos en la organización de Chiclayo. Su metodología es

cuantitativa, con diseño no experimental y descriptivo. Por otro lado, los resultados fueron demostrados por unas estrategias de marketing digital organizacional de forma positiva a la empresa Japón Motos que cumplió con el objetivo en general como proceso. Y para concluir los estudios realizados al marketing digital en la actualidad si ayuda mucho a las ventas de la organización en todos los colaboradores institucionales.

Olaya y Ortiz (2020) en su tesis *“La Influencia de los Smartphone y Tablets en los Clientes para las Compras Virtuales”*, los autores utilizaron una metodología de tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo y diseño correlacional. El objetivo fue el análisis de la relación entre el uso de Smartphone y tablets y la intención de compra en línea de los consumidores peruanos. La recopilación de datos fue por encuesta en línea y se analizaron estadísticamente con el programa SPSS. Los resultados mostraron que el uso de Smartphone y tablets influye positivamente en la compra virtual de los consumidores peruanos

Marcelo et al. (2022) en la tesis del autor *“4C 'S del marketing y captación de clientes de la agropecuaria LOCK SA, Ventanilla, 2022”*, tuvieron como objetivo proponer dirigir la atracción de consumidores de la institución. De método descriptivo y aplicada, no experimental y de corte transversal. El enfoque de la investigación es mixto, a través de la aplicación de encuestas y entrevistas a los clientes de la agropecuaria. Se utilizó el análisis FODA y el modelo de las 4C 's del marketing (Cliente, Costo, Conveniencia y Comunicación) que pueda identificar la captación de clientes y proponer estrategias de marketing para la empresa. Los resultados obtenidos indican que la empresa da una buena satisfacción al cliente, ofrece productos de calidad y variedad, y utiliza herramientas de comunicación efectivas para atraer a nuevos clientes.

En esta tesis “*Estrategias de marketing digital para incrementar las ventas de motos en la empresa Japón motos Chiclayo 2022*”, el autor define que el marketing tiene como enfoque primordial comprender los mercados y los consumidores, concebir propuestas de valor atractivas, idear estrategias para generar un valor superior al cliente y ofrecer respaldo a las ventas. Por otro lado, a las ventas se les asigna responsabilidades como la ejecución de las estrategias de marketing, la relación con los clientes y la correcta concertación y responsabilidades clave de las ventas. (Mori 2023) crear un valor superior para el cliente es sumamente importante, se da con el fin de tener un crecimiento a largo plazo en los mercados B2B. Esta cooperación permite entender mejor a los clientes y desarrollar e implementar estrategias de marketing efectivas, facilitando así que la empresa ofrezca un valor superior a sus clientes.

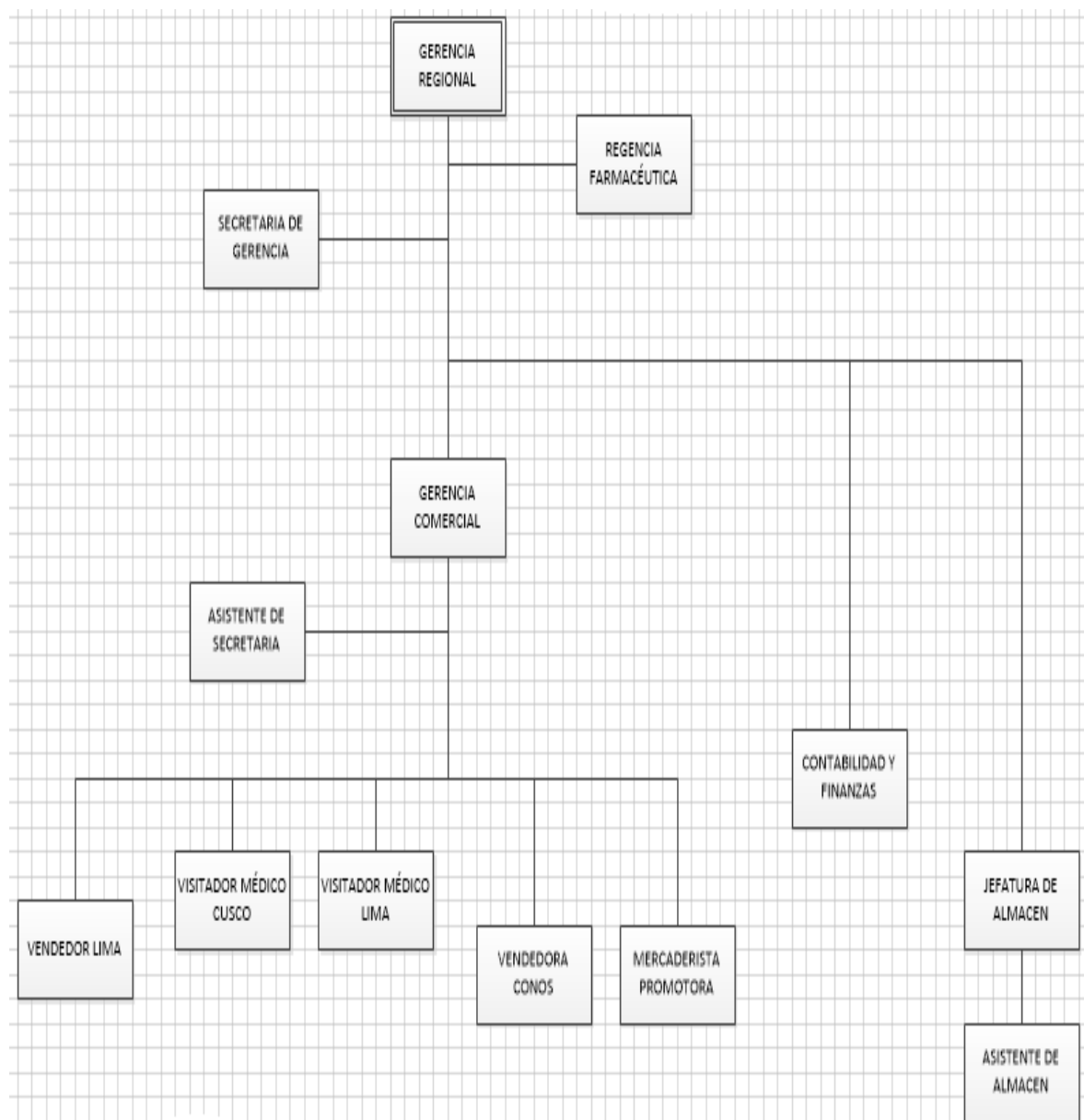
Narváez y Chaparro (2022) según su tesis “Implementar una herramienta de seguridad perimetral Web Application Firewall (Waf) en nube, para la protección de aplicativos en la entidad adscrita al ministerio de defensa superintendencia de vigilancia y seguridad privada, tuvo como objetivo implementar una herramienta web en la nube con aplicación para supervigilancia y seguridad privada del ministerio de defensa. Su metodología fue descriptiva con enfoque cualitativo. Sus resultados mostraron una gran variedad de servicios expuestos en internet para instalaciones locales, en la nube que están comercializadas en varias especialidades. En resumen, es lo que pudo asegurarse una entidad para proteger con herramientas perimetrales, su información y las variedades de aplicativos webs de ataques cibernéticos.

1.2.2. Caracterización de los Sujetos de Estudio

Se puede decir que en el lugar las personas involucradas fueron del área de marketing oficina regional donde laboran administradores, vendedores, promotores entre otros colaboradores.

Figura 1

Organigrama Oficina Regional Perú

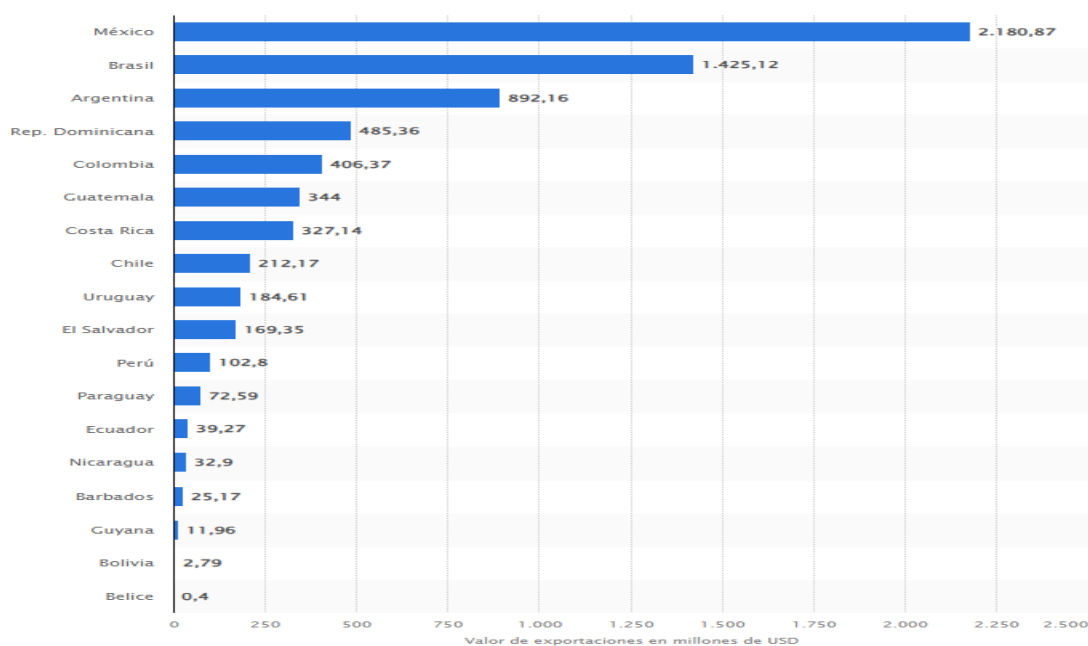


1.2.3. Caracterización del Problema

Las empresas en Latinoamérica a partir de marzo del 2020 tuvieron una crisis sanitaria mundial del covid-19 que se propagó desde el país asiático de China y se vieron obligadas e impactadas a la vez en toda su magnitud nunca antes vista por una pandemia mundial y Latinoamérica, no fue ajena donde afectó la vida de miles de ciudadanos entre empresarios, trabajadores y familias, donde los gobiernos de turno tuvieron que tomar medidas estrictas ante la situación para contrarrestar el avance de esa enfermedad y garantizar la vida de todos sus ciudadanos. Asimismo, el marketing organizacional de las empresas tuvo que innovar en la distribución de sus productos de forma eficiente con herramientas informáticas, métodos, estrategias y con una atención al público en distancia de espacio de un metro de persona a persona y también las entregas de productos a domicilio de forma eficaz vía internet. Según (Chiriboga et al., 2022), es importante que las organizaciones hayan sido claras en cuanto a sus objetivos y que hayan podido desenvolverse como organizaciones ordenadas y exitosas, con procesos administrativos de forma genuina y verídicas para administrar. Por otro lado, el marketing organizacional está considerado como una ciencia por especialistas y se relaciona mucho entre colaboradores, está muy expandida a nivel mundial y es de suma importancia clave para toda empresa que quiera competir internacionalmente para lograr sus objetivos con relevancia para unas buenas tomas de decisiones.

Figura 2

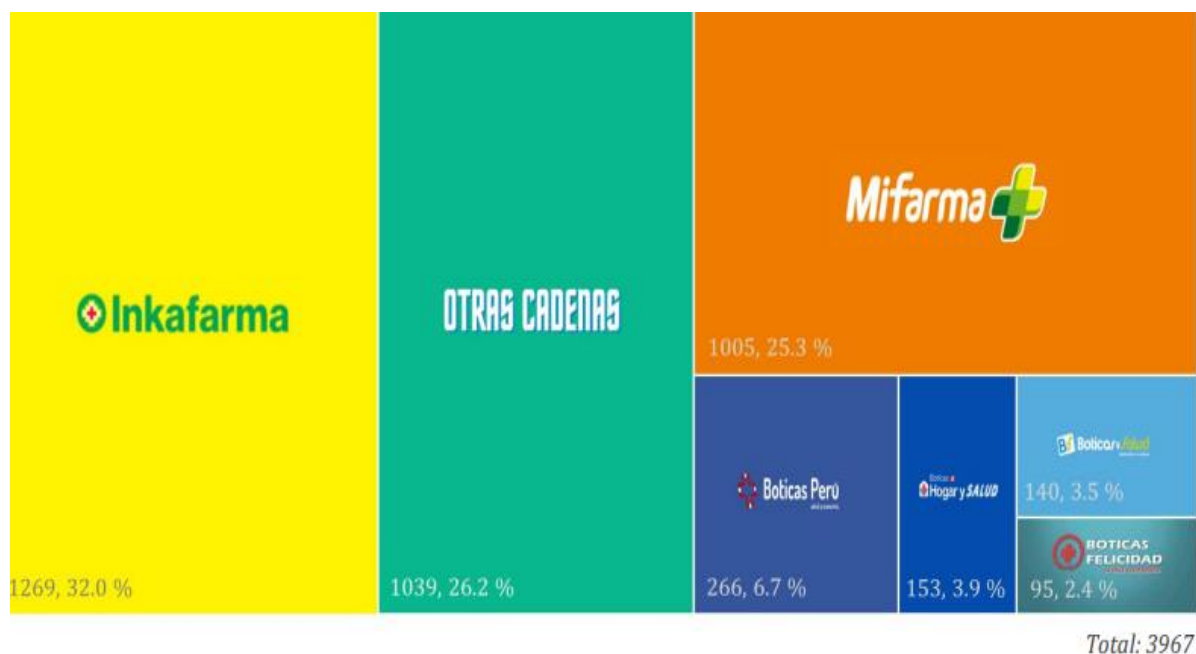
Exportaciones de productos farmacéuticos en Latinoamérica y el Caribe 2022 (millones de dólares).



Nota. Tomado de Statista 2023. <https://es.statista.com/estadisticas/1270419/valor-de-exportaciones-de-farmacos-en-latinoamerica-y-el-caribe/>

Durante la pandemia, muchas empresas peruanas tuvieron que innovar o diseñar nuevas estrategias como el sistema de innovación tecnología y marketing organizacional, el social media, las ventas y compras que se detallan a continuación. En primer lugar, en el sistema de innovaciones tecnológicas donde las empresas fueron impactadas, debiendo hacer un recambio tecnológico como crear métodos innovadores de trabajo para la supervivencia tanto pequeñas como grandes empresas basado en estrategias ante un mercado complejo y de competidores en busca del mismo objetivo en ventas renovado y que están especializados en el asunto. En segundo lugar, las plataformas de internet en redes sociales jugaron un rol importante para las organizaciones que fueron obligados y creados de la noche a la mañana

como las páginas webs, Facebook, WhatsApp, Instagram, entre otros, donde la población sobre todo los adolescentes manejan con facilidad y ayudaron a las familias adquirir productos o servicios para sus hogares en espacios de aislamiento social, fue un factor importante para las empresas cómo hacer contenido visual, transmisiones en vivo, encuestas formularios, los *chatbots* para mensajes en redes sociales. En tercer lugar, las ventas por internet se dispararon por la buena atención al cliente con nuevos productos, se vendió soluciones en vez de productos, aprovecharon al máximo las herramientas tecnológicas, el *Mobile commerce*, entre otros existentes, se implementó e interactuó con los clientes, re direccionar nuevas propuesta de valor o moldearlas de acuerdo a las necesidades del clientes en el Covid-19, las ventas online en su mayoría fueron hechas por apps en Smartphone, una estrategia que se usó de forma eficaz y que aumentaron las ventas de muchas empresas en esta pandemia en el servicio a domicilio y grandes ofertas donde el cliente ya no desconfiaba en proveer datos a las empresas para adquirir productos con pagos online en plataforma bien diseñadas. Finalmente, las compras a sus proveedores tuvieron que estar ligadas a productos o servicios innovados cada vez mejor en un mundo cambiante donde las empresas buscaban al mejor proveedor tecnológico que ofreció la solución a los problemas ante las demandas del cliente y obtuvieron rentabilidad a sus presupuestos y pudiera garantizar las compras de sus clientes ante un mercado cada vez más competitivo en esta época virtual.

Figura 3*Establecimientos farmacéuticos en el Perú, 2023*

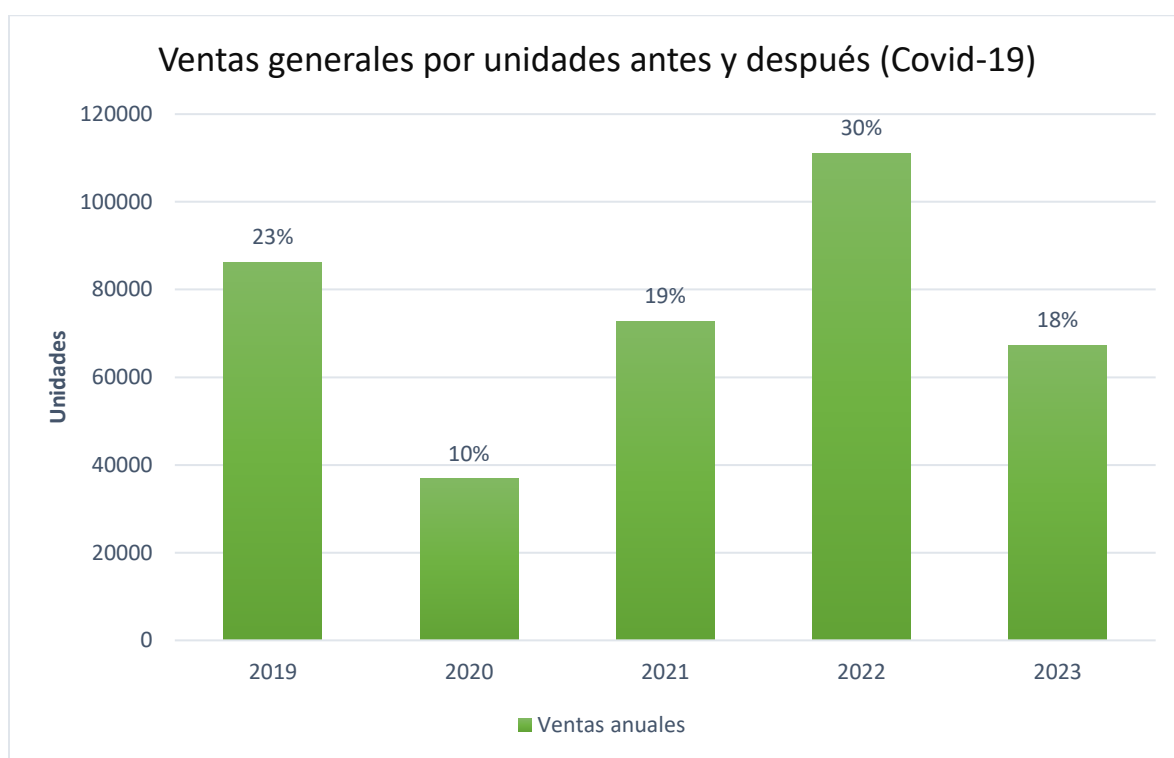
Nota. Tomado de SI-DIGEMID.
<https://www.digemid.minsa.gob.pe/Archivos/Boletines/Establecimientos/EEFF-06-23.pdf>

La empresa Crespal con sucursal en el Perú decidieron a la distribución y venta de productos farmacéuticos en dermatología incluido su producto bandera Sorojchi Pills vía oral para el mal de altura y que ha logrado un lugar y segmentar clientes con valor agregado con registro de Digemid. Asimismo, Crespal como muchas empresas nacionales se vieron en ofrecer otros productos, sus ventas se vieron deterioradas por lo que su producto Sorojchi Pills es bastante consumido por turistas internacionales como nacionales en el sur del Perú especialmente en Arequipa, Cusco y Puno para el mal de altura y que el gobierno decretó el cierre de ingreso de turistas al país desde marzo del 2020 por la pandemia en el periodo 2020-2021. De esta manera, en la actualidad la situación para Crespal es favorable debido al ingreso total al país del turismo y en donde se viene vendiendo sus productos de forma progresivamente regular en el año 2023 volvió a ser competitiva en el mercado nacional.

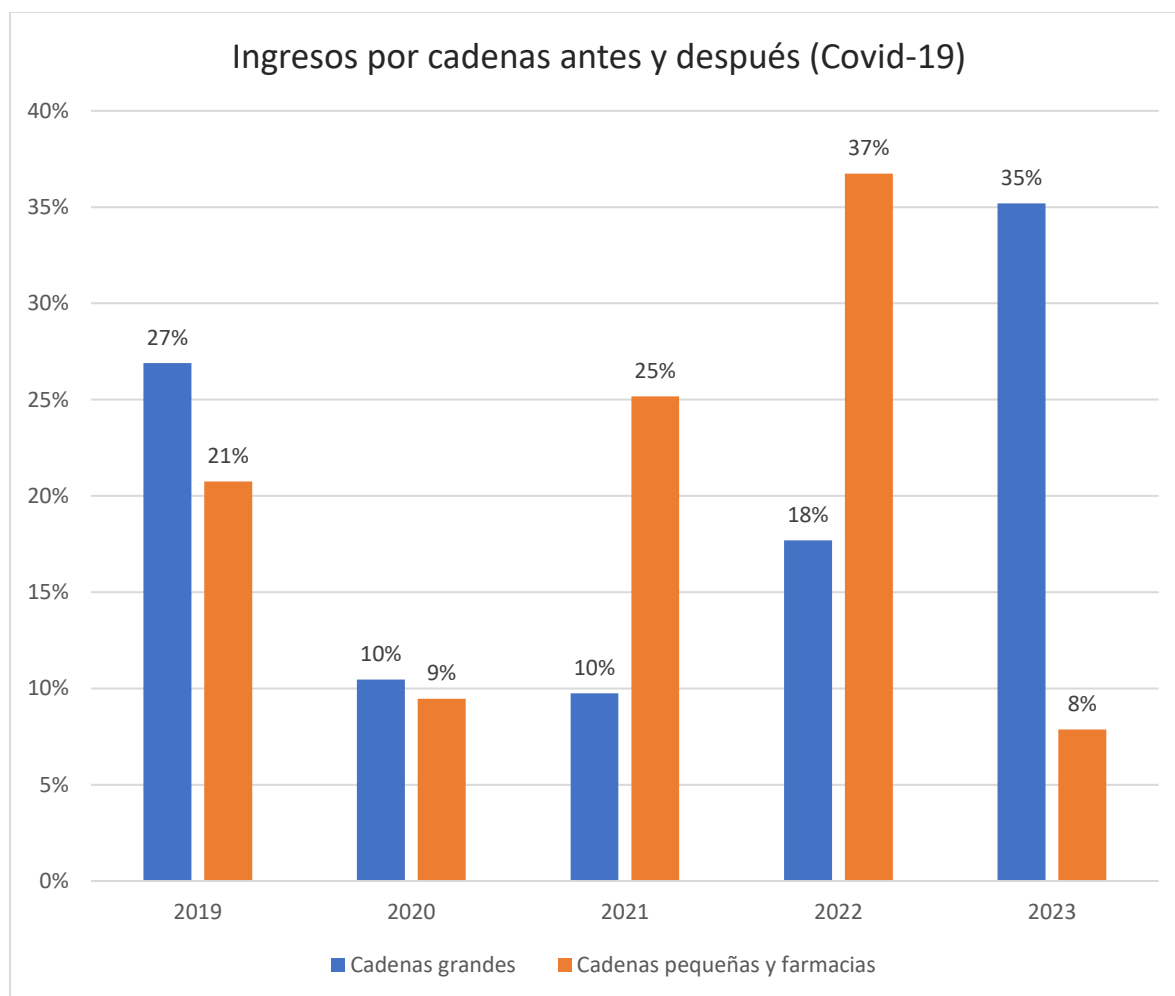
Para concluir, la innovación tecnológica en el marketing organizacional de Crespal se ha trabajado para la sociedad con el producto o servicio, en nuevos procesos eficaces para reducción de costos complementados con una social media cada vez muy avanzada que ha garantizado a sus clientes y se han tomado alianzas con empresas regionales para la supervivencia de la empresa.

Figura 4

Ventas por Unidades, Crespal.



Nota. Las ventas bajaron en plena pandemia, para luego expandirse en el año 2022

Figura 5*Ingresos por cadenas, Crespal*

Nota. Los ingresos en plena pandemia del 2020 las cadenas chicas y farmacias estaban casi parejo, mientras el 2021 y 2022 fueron muy superiores a las cadenas grandes. Por otro lado, las cadenas grandes se disparan en ventas sin una pandemia en 2019 y 2023.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

¿Cómo perciben los colaboradores de marketing en la Empresa Crespal, Lima 2023 en el impacto de adopción de innovaciones tecnológicas en su estrategia de marketing organizacional?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo perciben las experiencias los colaboradores de marketing en la Empresa Crespal, Lima 2023 sobre la adopción y uso de la base de datos en su estrategia de marketing?
- ¿De qué manera los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023 creen que las herramientas digitales han influido en la eficacia y eficiencia de su marketing organizacional?
- ¿Cómo los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023 perciben el papel del E-Commerce en la visibilidad y alcance de la marca en el mercado?
- ¿Cuáles son las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023 en los efectos del social media en la construcción de la marca?

1.4. Propósito de la Investigación

1.4.1. Propósito General

Explorar las percepciones y experiencias de los colaboradores de marketing en la Empresa Crespal, Lima 2023, en el impacto de adopción de innovaciones tecnológicas en su estrategia de marketing organizacional.

1.4.2. Propósitos Específicos

- Identificar las percepciones y experiencias de los trabajadores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, sobre la adopción y uso de la base de datos en su estrategia de marketing.

- Explorar cómo los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, creen que las herramientas digitales han influido en la eficacia y eficiencia de su marketing organizacional.
- Examinar las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, sobre el papel del E-Commerce en la visibilidad y alcance de la marca en el mercado.
- Explorar las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, en los efectos del social media en la construcción de la marca.

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación Teórica

La teoría de este plan de tesis es llenar un vacío existente en la literatura académica sobre las variables de innovación tecnológica y en el marketing organizacional de Crespal. Aunque existen algunos estudios previos, aún persisten preguntas sin respuesta y áreas poco exploradas que requieren una investigación más profunda. Este estudio tiene como objetivo categorizar y describir la innovación tecnológica, incluyendo la base de datos, las herramientas digitales, E-Commerce, y social media, en el marketing organizacional de la Empresa Crespal en Lima 2023. Al abordar estas variables, se espera contribuir a la comprensión teórica y práctica de cómo la adopción de tecnologías innovadoras puede mejorar las estrategias de marketing. Además, se pretende proporcionar información relevante y actualizada para beneficio de la empresa Crespal y otras organizaciones similares.

1.5.2. Justificación Práctica

Este informe de investigación sirvió para que la empresa Crespal logre alcanzar una posición sólida en el mercado a la vez maximizar las rentabilidades de la organización, también para que la empresa Crespal pueda incrementar el servicio ya que este estudio de investigación sirve para que se pueda analizar y al mismo tiempo se determina qué ofrecimientos son más rentables en tiempos de plazos y cuales tiene más demanda y ganancias.

Figura 6*Indicadores de desempeños y metas, Crespal (1)*

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO		INDICADOR	FÓRMULA	ÁREA FUNCIONAL RESPONSABLE	UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018	2019	2020	2021
CLIENTES Y PARTES INTERESADAS (STAKEHOLDERS)	C1	Focalizar la calidad de atención al cliente en los procesos de información, difusión y distribución de los productos Crespal para mejorar su satisfacción	Estudio o encuesta de percepción del cliente	Índice de satisfacción	Gerencia Regional	Porcentaje	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	C2	Mantener y fortalecer las líneas de comunicación con el DIGEMID y entidades estatales	Reuniones con DIGEMIN	N° de reuniones efectuadas/N° de reuniones programadas	Gerencia Regional	Porcentaje	80%	80%	80%	80%	80%
PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO		INDICADOR	FÓRMULA	ÁREA FUNCIONAL RESPONSABLE	UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018	2019	2020	2021
FINANZAS Y DESARROLLO	F1	Mantener la sostenibilidad económica y financiera de la Oficina Regional del Perú	Liquidez general	Activo Corriente / Pasivo Corriente	Contabilidad y Finanzas	Ratio	1.50	1.55	1.60	1.65	1.65
			Liquidez ácida	Caja + Ctas. Cobrar + Valores Negociables / Pasivo Corriente	Contabilidad y Finanzas	Ratio	1.00	1.10	1.20	1.20	1.20
			Rotación de activos	Utilidad Bruta (Ventas Netas) / Activos Fijos Netos Totales	Contabilidad y Finanzas	Ratio	152.00	155.00	157.00	158.00	160.00
			Solvencia	Pasivo Total / Patrimonio Neto Implica incrementar el capital a U\$12.000	Contabilidad y Finanzas	Ratio	33.00	33.00	33.00	33.00	33.00
			Rentabilidad	Utilidad Operativa / Ingresos	Contabilidad y Finanzas	Porcentaje	9.0%	10.00%	11.00%	12.00%	13.00%

Figura 7*Indicadores de desempeños y metas, Crespal (2)*

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO	INDICADOR	FÓRMULA	AREA FUNCIONAL RESPONSABLE	UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018	2019	2020	2021	
PROCESOS INTERNOS	PI1	Adoptar la cultura organizacional permitirá mejorar la comunicación interna en la Oficina Regional y externa con la Oficina Central	Reuniones	N° de reuniones efectuadas en la Oficina Regional/N° de reuniones programadas	Gerencia Regional	Porcentaje	90%	90%	90%	90%	90%
			Reuniones	N° de reuniones efectuadas con la Oficina Central/N° de reuniones programadas	Gerencia Regional	Porcentaje	90%	90%	90%	90%	90%
	PI2	Lograr una eficiente gestión en los sistemas de presupuesto, administración financiera, y logística	Optimizar los costos operacionales	% de costos /ingresos netos	Contabilidad y Finanzas	Porcentaje	65%	60%	60%	55%	55%
			Formular POA y Presupuestos Anuales	90% de POA y Presupuesto ejecutados	Contabilidad y Finanzas	Porcentaje	90%	90%	90%	90%	90%
	PI3	Fortalecer la gestión empresarial (control, coordinación, estrategias y procesos)	Comunicación clara y fluida	Celulares y procedimientos actualizados	Gerencia Comercial	Porcentaje	100%	M a n t e n e r	M a n t e n e r	M a n t e n e r	M a n t e n e r
	PI4	Elaborar estrategias comerciales para cada mercado objetivo	Mercado atendido	100% de los mercados atendidos	Gerencia Comercial	Porcentaje	25%	40%	60%	80%	100%

Figura 8

Indicadores de desempeños y metas, Crespal (3)

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO		INDICADOR	FÓRMULA	ÁREA FUNCIONAL RESPONSABLE	UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018	2019	2020	2021
PROCESOS INTERNOS	PI5	Elaborar el plan de comercialización para ingresar a los mercados del norte y del sur	Ingresar al norte	70% del mercado atendido	Gerencia Comercial	Porcentaje		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
			Ingresar al oriente	20% del mercado atendido	Gerencia Comercial	Porcentaje			<input checked="" type="checkbox"/>		
			Ingresar al sur	70% del mercado atendido	Gerencia Comercial	Porcentaje	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>
	PI6	Diversificar el portafolio de productos juntamente con el vademecun de los mismos e información sobre la nueva planta	Productos creados bajo el paraguas de sorojchi pills	100% de productos propuestos	Gerente General	Porcentaje		100%			
Estrategia de comercialización en supermercados y mercado horizontal de Lima			70% estrategia aplicada		Porcentaje	10%	20%	30%	50%	70%	
PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO		INDICADOR	FÓRMULA	ÁREA FUNCIONAL RESPONSABLE	UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018	2019	2020	2021
APRENDIZAJE	A1	Implementar una cultura organizacional basada en una gestión por procesos - pensamiento estratégico y sistémico, que permita su medición, análisis y mejora continua	Elaborar procedimientos operativos estandarizados en todas las áreas funcionales	100% de manuales concluidos	Gerencia Regional	Porcentaje	100%				
			Elaboración de manuales de funciones	100% de manuales concluidos	Gerencia Regional	Porcentaje	100%				
	A2	Analizar opciones de financiamiento bancario para la Oficina Regional	Elaboración de propuesta de financiamiento bancario	100% de propuesta aplicada	Gerencia Regional	Porcentaje		100%			
	A3	Elaborar una política comercial de la Oficina Regional que contemple las estrategias comerciales a adoptarse, entre ellas: segmentación de mercados, diferenciación de productos, diferenciación de precios, cambios en las presentaciones. Elaboración del Libro de Competencias	Elaboración de política comercial de la Oficina Regional del Perú	70% de política comercial aplicada	Gerencia Comercial	Porcentaje	20%	30%	40%	60%	70%

Figura 9*Indicadores de desempeños y metas, Crespal (4)*

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO ESPECÍFICO	INDICADOR	FÓRMULA	AREA FUNCIONAL RESPONSABLE	UNIDAD DE MEDIDA	2017	2018	2019	2020	2021	
APRENDIZAJE	A4	Implementar los sistemas de planificación (Plan Estratégico, POA, Presupuesto) y su conexión a los sistemas de administración de tesorería y contabilidad	Planes implementados	100% de planes implementados	Gerencia Regional	Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%
	A5	Modernizar el sistema de información actual en un sistema integrado que contemple: tesorería, contabilidad, comercio exterior e inventarios	Sistema de información seleccionado	100% del sistema de información implementado	Gerencia Regional	Porcentaje			100%		
	A6	Ampliar el portafolio de productos para cada mercado objetivo: cadena de farmacias, farmacias independientes, mercado horizontal, seguridad social, clínicas y centros de salud privados	Portafolio de productos seleccionado	70% del portafolio de productos se ofrecen en los mercados objetivo	Gerencia Comercial	Porcentaje	10%	20%	30%	50%	70%
	A7	Elaborar un perfil de análisis que evalúe el mercado regional de Tacna con la perspectiva de atender el norte de Chile	Estudio de mercado elaborado (business plan)	20% del mercado de Tacna es atendido	Gerencia Comercial	Porcentaje			<input checked="" type="checkbox"/>		
	A8	Apuntar hacia el liderazgo en dermatología en los mercados de Lima y en los mercados provinciales existentes y proyectados posicionando la marca Crespal, bajo el paraguas de Sorojchi Pills	Planes implementados	100% de los mercados del Plan Estratégico son atendidos	Gerencia Comercial	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%

Capítulo II

Estado del Arte

2.1. Revisión Literaria

La innovación tecnológica tiene el potencial de mejorar las estrategias de marketing enfrentando retos organizacionales, como las nuevas tendencias tecnológicas y aspectos similares en el marketing para Crespal. A través de un análisis literario minucioso que pueda revelar hallazgos significativos y teorías interrelacionadas con la realidad actual, se proporciona un entendimiento valioso. Este conocimiento sirve de guía para la investigación en Crespal, subrayando las importantes innovaciones tecnológicas en el marketing y cómo la revisión literaria contribuye a comprender esta característica dentro del contexto organizacional.

2.1.1. Innovación Tecnológica

A. Definición

En una sociedad digitalizada la innovación tecnológica es la creación o renovación de un producto o servicio personalizados especialmente para cada cliente de una empresa usando todo tipo de tecnología digital como la *big data*, donde el marketing tradicional se unirá con el marketing digital haciendo más fácil el desempeño en las empresas con el avance de la tecnología e inventos innovadores (Kotler et al. 2022). De esta manera, se mostraron todas las innovaciones tecnológicas y tendencias digitales como el almacenamiento de datos, herramientas digitales, E. Commerce, social media, entre otros.

B. Categorías y Subcategorías

Base de Datos.

La base de datos hoy en día está cada vez más sofisticada en lo referente a almacenamiento de datos en conjunto de cualquier información que usan muchas empresas dedicadas a la recepción y recopilación de información sea en grandes o pequeñas cantidades para hacer un orden genérico que pueda procesarse con seguridad y confiabilidad eficaz. (Safety Culture, 2024). De esta manera, toda información almacenada en forma sistemática va a permitir una rápida recuperación, de fácil manejo y actualizadas para luego ser distribuida en su momento con las herramientas, software y programas manipulables entre los usuarios.

- Base de datos en la nube

Como menciona Aguilar et al. (2023) en el contexto de desarrollo de sistemas informáticos en el siglo XXI, las empresas enfrentan la imperiosa necesidad de ampliar sus beneficios y, por ende, garantizar la seguridad de sus archivos para una distribución eficiente de recursos y operaciones en tiempo real. Esto implica una mejora en la organización y sistematización del conocimiento, permitiendo una búsqueda ágil y efectiva de información. En este escenario, emerge un paradigma innovador: la computación en la nube, que permite almacenar y administrar datos de manera remota, con un monitoreo constante y una elevada calidad de seguridad y comunicación. De esta forma, las empresas pueden gestionar volúmenes crecientes de información de manera segura y eficiente, impulsando su crecimiento y competitividad en el mercado.

- Base de datos On Premise (Ordenadores)

Según (Aguilar et al., 2023) a medida que comenzó el nuevo milenio, la cantidad de datos almacenados en sistemas informáticos creció de manera exponencial, impulsada por la expansión del internet. Esto generó una demanda de soluciones de almacenamiento más eficientes y seguras. En respuesta, surgieron múltiples proveedores de bases de datos (BD) con capacidades y calidades diversas, compitiendo para ofrecer las mejores soluciones a las empresas a buen costo. La necesidad de agilizar los servicios informáticos y manejar el creciente volumen de archivos informáticos, que a menudo colapsan los sistemas debido a la complejidad y confidencialidad de la información, impulsó la búsqueda de soluciones innovadoras. Los proveedores de BD se esforzaron por desarrollar modelos más avanzados y seguros para satisfacer esta demanda, garantizando la protección y eficiencia en el manejo de la información.

Herramientas Digitales.

Las herramientas digitales ofrecen a las empresas la capacidad de obtener información valiosa que facilita la toma de decisiones fundamentadas en datos en lugar de intuiciones. Por lo tanto, estas herramientas deben ser vistas como una inversión estratégica. Partiendo de esta información podemos ver que hay ciertos obstáculos y uno principal identificado en las investigaciones realizadas es la falta información y formación sobre herramientas entre los docentes. Esta carencia, según diversos estudios, se manifiesta como un factor que limita el desarrollo óptimo del proceso de enseñanza y aprendizaje (Santillán et al., 2023). A pesar de la disponibilidad de herramientas digitales, aplicaciones web y móviles especializadas en educación, muchas de ellas accesibles de forma gratuita, los docentes no están sacando el máximo provecho de estas tecnologías. Esto indica una

necesidad urgente de implementar un plan de formación estructurado que aborde esta deficiencia, capacitando docentes en el correcto uso adecuado de las herramientas digitales para un mejor proceso y desarrollo.

- Google Meet

La alta demanda del uso de dispositivos y herramientas virtuales en la educación presencial ha pasado a virtual y esto ha generado varios cambios en docentes y estudiantes, siendo el uso de herramientas virtuales y aplicaciones de mucha utilidad, (Díaz et al., 2022). Tal es así, que los docentes inculcan a capacitarse y empoderarse de estas nuevas tecnologías, una de estas es Google meet una herramienta virtual de mucha ayuda, su participación ha ido en crecimiento y tienen una participación alta no solo en las aulas de clases, también en las empresas y hasta en uso doméstico.

- Smartphone

En cuanto al acceso a internet de alta velocidad, se observa que hay muchas empresas, más allá así sean grandes, medianas o chicas, utilizan esta tecnología. Además, es evidente que las empresas de todos los tamaños hacen un uso extensivo de dispositivos electrónicos, especialmente de Smartphone, ya que estos dispositivos son de mucha ayuda en todos los aspectos. En tal sentido los Smartphone destacan su importancia en el entorno empresarial, (Romero et al., 2024). Por otro lado, en cuanto a contratar especialistas en tecnología sobre información es más frecuente. Tal es así, que las empresas grandes tienden a contratar especialistas con mayor frecuencia que las empresas medianas y pequeñas. Esto se debe a que la necesidad de especialistas varía según el tamaño de la empresa, siendo

más habitual en las organizaciones grandes y menos común en las de tamaño mediano o pequeño, sea en el rubro en el que se encuentren, ya sea ámbito empresarial u otro.

- Documentos de Google

Documentos de Google es actualmente una herramienta virtual gratuita, en la cual pueden usarlo cualquier tipo de usuario, ya sea desde casa, o del trabajo y permite todo tipo de archivos para trabajar. Podemos decir que esta herramienta es de mucha utilidad, a la par es realmente importante que las instituciones superiores den facilidades a los que estudian para sí acceder a internet, (Montero et al., 2023). Por otro lado, se debe destacar que a partir del aislamiento social (2020) se cambió la modalidad presencial a virtual, los universitarios empezaron a trabajar de manera virtual, al ver el poco manejo de las plataformas las universidades capacitaron sobre el uso de esta herramienta digital y plataforma, siendo esta aplicación Google drive de mucha ayuda y la cual facilita el trabajo colaborativo. Tal es así, que muchas organizaciones empresariales lo usan por su facilidad de modificaciones y cambios que se realizan y se guardan automáticamente.

E-Commerce.

El comercio electrónico, o e-commerce, abarca la venta, compra, distribución, promoción y suministro de información sobre productos o servicios mediante Internet, ahora en la actualidad hay ciertas particularidades, en la que el Perú está. Por este motivo el comercio electrónico es muy carente ya sea en empresas grandes o pequeñas, se debe recalcar que muchas a causa del COVID 19 se han visto con una crisis de nivel económico bastante alto, y optaron por adecuarse y en muchos casos renovarse técnicamente (Malpartida et al., 2023). Tal es así, que han cambiado ciertos aspectos que a la larga han

traído beneficios y mejoría, contar con un adecuado método comercial el cual sea más eficaz y esto no se vea afectada en un futuro, el objetivo es seguir mejorando y creciendo en su propuesta de valor.

- Sistema B2B

El comercio electrónico puede dividirse en distintos modelos de negocio en función de los participantes en el intercambio de bienes o servicios, que pueden ser organizaciones, consumidores u otros actores. Uno de estos modelos es el Business to Business (B2B), que se enfoca en el comercio entre empresas. En el modelo B2B, las transacciones se realizan entre organizaciones, no entre una empresa y los consumidores finales. (Romero et., al 2022). Esto facilita el intercambio de productos y servicios necesarios para operar y prosperar en un entorno empresarial. En resumen, el sistema B2B es un modelo en el cual muchas organizaciones interactúan entre sí para comprar y vender productos o servicios. Este tipo de sistema se diferencia del B2C en su enfoque en relaciones comerciales más complejas y de largo plazo, y en la implementación de soluciones tecnológicas avanzadas para gestionar eficazmente relaciones y transacciones empresariales.

Social Media.

El uso del social media en los negocios ha demostrado ser una herramienta efectiva para influir en las iniciativas del consumidor y vendedor para actuar en acuerdos comerciales en internet (Zendesk,2023). En la actualidad, las empresas reconocen cada vez más el valor estratégico de las redes sociales para su crecimiento y éxito; ya que, les proporcionan una plataforma para la promoción de ofrecimientos, delimitar comunicaciones fortalecidas con el consumidor y crear publicidades sólidas en marca. A

través del uso inteligente que gracias al internet se hace virales para un buen alcance de tráfico que cada día se amplía con creces y fortalecer la lealtad de sus clientes existentes.

- Facebook

En su opinión los autores (Galety et al., 2022) Facebook es una red social que brinda a los usuarios la oportunidad de establecer conexiones con amigos y familiares, así como compartir fotos, videos y enlaces, y explorar contenido basado en sus intereses. Es una plataforma que permite la interacción a través de comentarios, reacciones y el compartir publicaciones, lo que facilita mantener relaciones a distancia o fortalecer conexiones con personas de intereses similares. Además, Facebook es útil para la organización de eventos y la formación de grupos comunitarios o temáticos, donde los miembros pueden interactuar en un entorno más especializado. A través de su sistema de páginas, las empresas y figuras públicas pueden gestionar su presencia en línea, conectando con su audiencia de manera efectiva y directa. A pesar de sus beneficios, también es importante estar atento a las cuestiones de privacidad y a la información que se comparte en la plataforma. Usar Facebook de manera informada y crítica puede maximizar sus beneficios mientras se minimizan los riesgos.

- LinkedIn

LinkedIn es una red social profesional que conecta a individuos y empresas de todo el mundo. Su principal función es permitir a los usuarios crear perfiles que resumen su experiencia profesional, habilidades y educación, facilitando la búsqueda de empleo y el Networking profesional. Además, esta red social sirve como una plataforma para compartir artículos, noticias y actualizaciones de la industria, lo que ayuda a los usuarios a mantenerse

informados sobre las tendencias y desarrollos en sus campos respectivos. También ofrece grupos profesionales y la posibilidad de seguir a empresas, proporcionando una vía para la interacción y discusión profesional en un contexto más formal y orientado a la carrera (Galety et al., 2022). Es muy importante LinkedIn ya que es una herramienta esencial para la gestión y el crecimiento de tu carrera profesional, permitiendo una conexión eficaz con otros profesionales y el acceso a recursos valiosos para el desarrollo personal y profesional.

- Instagram

Instagram es una plataforma digital que se centra en la compartición de contenido visual, como fotos y videos. Los usuarios pueden personalizar sus publicaciones con varios filtros y herramientas de edición, creando un estilo distintivo. Es especialmente popular entre jóvenes y creativos que buscan una forma visual de expresar sus vidas, pasiones y proyectos. Instagram también soporta características como historias, que permiten a los usuarios publicar contenido efímero. Su capacidad para facilitar la interacción directa a través de comentarios, likes y mensajes privados hace que sea una herramienta valiosa para la construcción y mantenimiento de comunidades online (Galety et al., 2022). Es importante ya que su objetivo es ofrecer oportunidades significativas para el marketing, el branding, la interacción social y el descubrimiento de contenido. Su enfoque en lo visual y su amplia base de usuarios lo convierten en una herramienta poderosa para conectar con audiencias y promover productos y servicios.

- WhatsApp

WhatsApp es una app que permite mandar mensajes en el momento a otra persona, por medio de videollamadas, mensajes de texto etc. Esta aplicación utiliza la conexión a

internet del dispositivo móvil para enviar y recibir mensajes, lo que puede incluir texto, fotos, videos y documentos. WhatsApp también ofrece características como grupos, donde los usuarios pueden comunicarse con múltiples personas al mismo tiempo es una característica que posibilita a los usuarios compartir actualizaciones efímeras visibles por 24 horas. Una de las ventajas clave de WhatsApp es su encriptación de extremo a extremo, lo cual implica que únicamente el remitente y el receptor pueden ver el contenido de los mensajes, garantizando la privacidad de las comunicaciones (Galety et al., 2022). Es importante la utilización del WhatsApp ya que facilita la comunicación personal y profesional de manera eficiente y segura. Su amplia gama de funcionalidades, combinada con su accesibilidad y costo bajo, la convierte en una aplicación fundamental en la vida cotidiana de muchas personas.

2.1.2. Marketing Organizacional

A. Definición.

Según Kotler et al. (2022) se subraya la importancia del marketing organizacional como una estrategia que comienza desde adentro, involucrando a los empleados y colaboradores en la creación de una marca auténtica y atractiva. En un entorno digital en constante evolución, las empresas deben adaptarse y crear marcas humanizadas que sean accesibles, vulnerables y sinceras. Estas marcas, guiadas por valores fundamentales, pueden establecer una conexión profunda con los consumidores, convirtiéndose en amigos confiables y fiables. De esta manera, se puede generar un nuevo estilo de vida, donde la marca y el consumidor compartan valores y experiencias, creando una relación duradera y significativa. Tiene como algunas características:

- Cultura organizacional

- Productividad
- Colaboradores
- Comunicación organizacional

2.2. Marco Conceptual

Según Llamas (2022) una base de datos es la forma común de almacenar y recopilar datos estructurados digitalizados organizados (PC, móvil, etc.) o físicamente (libros, registrados en papel).

- Base de datos: El autor relaciona una base de datos en lo común en una empresa organizacional de hoy en día, esto ayuda a simplificar las labores de millones de personas gracias a las tecnologías de información que innovan a su vez para acelerar los procesos de producción, distribución, ventas y compras que facilita el orden sistemático en tiempo récord en búsqueda de la información con datos precisos ahorrando tiempo y espacio que permite estar conectados a los sistemas de información que pueda concluir a tomar buenas decisiones.

Torrecilla (2022) menciona que el sistema de innovación tecnológica son todo aquellos programas o aplicaciones en su mayoría gratis que se puede encontrar por internet con acceso a mucha información digital, donde cada buscador dependerá de sus necesidades y características para el manejo de estas herramientas digitales.

- Herramientas digitales: Los autores hacen mención (Romero et al., 2024) las herramientas digitales hoy en día permiten comercializar desde cualquier navegador a internet como los dispositivos móviles para poder comercializar y generar ventas en las empresas pequeñas sobre todo actualizadas generando un impacto positivo que pueda ser de gran innovación.

También, son estas empresas chicas que están muy bien asociados a esta tecnología de vanguardia para subsistir en un mercado competitivo, en estudios realizados que las empresas que eligen tecnologías digitales en la actualidad le servirán a cualquier cambio del mercado globalizado en sus comunicaciones.

Los autores hacen mención (Malpartida et al., 2023) Las pymes en el Perú sobre todo las pequeñas empresas aún carecen de una buena tecnología para el comercio electrónico, donde la principal causa para innovarse al problema de las ventas se tuvo que pasar por un factor externo que azotó al país como fue Covid-19 que se vieron obligadas a innovar de forma emergente ante la crisis originadas por la pandemia y como resultados tuvo una adaptación en tecnología obligatoria para poder subsistir en el mercado hasta en la actualidad.

- E-Commerce: Son las compras y ventas que tienen los consumidores a través del internet, para un bien personal en las demandas de los usuarios en tiempo veloz, que a su vez las distribuciones de productos o servicios donde muchas veces no forman parte del vendedor en las entregas, sino a través de un tercero quien tiene esa labor.

Marketing Paradise (2022) considera que el social media está muy ligados a las plataformas para navegadores en conversar, motivarse, comunicarse, compartir intereses comunes e información, acuerdos mutuos y socializar entre cibernautas que aumenta cada vez gracias a la tecnología innovadora en estos tiempos.

- Social media: Es así, que los autores mencionan en la definición de términos, no necesariamente se componen de exclusividad de Facebook, LinkedIn, Instagram o Twitter, también, están los blogs, las plataformas con contenido audiovisual entre otros.

Capítulo III

Metodología

El enfoque metodológico de este estudio es cualitativo, abarcando el paradigma de la investigación, los métodos utilizados, las técnicas operativas y el análisis de datos. El diseño de la investigación es de tipo no experimental y transversal. Con una validación de instrumento como son las entrevistas con preguntas semiestructuradas abiertas, revisada y sugerida por expertos de una manera clara y uniforme para los colaboradores de Crespal para una adecuada recolección de datos.

3.1. Enfoque de la Investigación

Según (Vizcaíno et al., 2023) la investigación es fundamental para adquirir y ampliar conocimientos en cualquier campo de estudio. Los enfoques contextualizados permiten aportar nuevas perspectivas y experiencias que son cruciales para alcanzar resultados precisos y confiables. El enfoque de investigación se basa en conceptos y métodos que reflejan la naturaleza del investigador en su búsqueda de respuestas científicas. Estos enfoques de investigación deben interpretarse con coherencia para garantizar una investigación efectiva y de alta calidad.

3.1.1. Justificación del Enfoque Cualitativo

Se seleccionó el enfoque cualitativo porque es el más adecuado para comprender las experiencias y percepciones de los colaboradores de la empresa Crespal sobre el tema de estudio. Este enfoque permite recopilar datos detallados y valiosos a través de entrevistas, de manera holística y profunda. En contraste, el enfoque cuantitativo no fue elegido porque simplifica la información y generaliza, lo que no permitiría capturar la riqueza de detalles y matices que se buscan en este estudio. El enfoque cualitativo contribuye a obtener una

comprensión profunda y matizada de las perspectivas, creencias y experiencias de los colaboradores sobre la innovación tecnológica en sus áreas internas.

3.2. Paradigma de la Investigación

Tiene como conjunto de ideas interpretativo, Fainete (2023). Exactamente, la investigación es un proceso fundamental para el avance del conocimiento en cualquier campo. La investigación puede clasificarse de diferentes maneras según su enfoque y objetivos, y esto incluye tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. La investigación en tecnología a menudo se enfoca en la innovación y en cómo las nuevas tecnologías pueden transformar procesos y productos. Por ejemplo, el análisis de cómo las nuevas herramientas de inteligencia artificial pueden mejorar la eficiencia en una empresa. Este tipo de investigación puede adoptar enfoques tanto cualitativos como cuantitativos para comprender cómo la tecnología influye en las prácticas empresariales y en los consumidores.

3.3. Métodos de Investigación

La metodología de investigación científica está diseñada para ofrecer orientación fundamental a investigadores de todos los niveles, facilitando la planificación y ejecución de proyectos de alta calidad. Aunque existe una amplia gama de literatura sobre métodos de investigación, los autores identifican que muchos textos omiten aspectos cruciales que pueden limitar la efectividad de las investigaciones y la calidad de los resultados. Esta deficiencia lleva a los autores a abordar de manera precisa y efectiva estos elementos frecuentemente pasados por alto. (Vizcaíno et al., 2023). Por otro lado, estas investigaciones cualitativa y cuantitativa son fundamentales en el ámbito de la investigación, cada una con sus propias metodologías, metas y aplicaciones. En particular, la investigación cualitativa se enfoca en analizar y sintetizar los

resultados para ofrecer una comprensión profunda del fenómeno estudiado desde una perspectiva interpretativa y contextual.

3.3.1. Método General

Vizcaíno et al. (2023) mencionan que, el método general puede considerarse un enfoque de investigación integral que facilita la creación de herramientas para alcanzar objetivos específicos definidos por el investigador. En este contexto, las preguntas de entrevistas pueden abordar problemas o propósitos específicos, permitiendo una amplia gama de enfoques. Por otro lado, en una investigación cualitativa el método general emplea técnicas como entrevistas detalladas y profundas. Estas entrevistas se enriquecen con un análisis minucioso de los datos, proporcionando información descriptiva y detallada. Así, se obtienen percepciones y experiencias significativas.

3.3.2. Método Específico

El creciente uso de metodologías cualitativas, ha ido en aumento esto ha llevado a una mayor adopción de técnicas y herramientas especializadas, facilitadas, estas tecnologías de información y comunicación facilitan la recolección eficiente de datos narrativos e imágenes a través de las redes sociales e Internet. Estos métodos específicos tales como la entrevista, observación y análisis de información, adaptados a las nuevas realidades tecnológicas, se han convertido en información, adaptados a las nuevas realidades tecnológicas, se han vuelto fundamentales (Rivera et al., 2024). Tal es así, que este método específico, permite darles a los investigadores herramientas científicas adecuadas para la regulación efectiva de los procesos de aprendizaje y desarrollo investigativo de los docentes en formación.

Tabla 1*Sistema de categorías (véase Apéndice B)*

Caracteres	Categorías	Subcategorías	Código
	Base de datos	En la nube	BD1
		On Premise	BD2
		Google Meet	HD1
	Herramientas digitales	Smartphone	HD2
		Documentos de Google	HD3
Innovación			
Tecnológica en el	E-Commerce	Sistema B2B	EC1
Marketing			
Organizacional		Facebook	SM1
	Social media	LinkedIn	SM2
		Instagram	SM3
		WhatsApp	SM4

Tabla 2*Matriz de Categorización I*

Propósitos Específicos 1	Subcategorías	Preguntas	Recolección de datos	Opciones de respuesta	Técnica
Identificar las percepciones y experiencias de los trabajadores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, sobre la adopción y uso de la base de datos en su estrategia de marketing.	Bases de datos en la nube: Este elemento permite guardar archivos en las nubes a través del internet con el fin de no sufrir ataques cibernéticos que vulneren su credibilidad.	¿Utiliza la empresa un almacenamiento de datos en la nube de manera adecuada para el marketing organizacional, cuál fue el motivo para elegir esta solución?	Colaboradores de la empresa	De libre opinión	Entrevista
	Bases de datos <i>on premise</i> : Este elemento sirve para almacenar datos por un <i>software</i> que se instala localmente en una ubicación física como los ordenadores PC o servidores de usuarios.	¿Con qué proveedor de soluciones de Big Data on-premise se relaciona la empresa para el marketing organizacional?			

Tabla 3*Matriz de Categorización II*

Propósitos Específicos 2	Subcategorías	Preguntas	Recolección de datos	Opciones de respuesta	Técnica
Explorar cómo los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, creen que las herramientas digitales han influido en la eficacia y eficiencia de su marketing organizacional.	Google Meet: Es una plataforma digital que sirve para reuniones entre personas y a la vez compartir imágenes, videos y textos.	¿Cómo evaluarías la eficiencia de la herramienta Google Meet?	Colaboradores de la empresa	De libre opinión	Entrevista
	Smartphone: Es dispositivo móvil inteligente que almacena aplicativos para un fin necesario entre usuarios	¿Con qué frecuencia utilizan los Smartphone en las relaciones laborales?			
	Documentos de Google: Se procesan textos en internet gratuitos para editar y crear documentos en la nube.	¿Utilizan Google Drive para trabajar en equipo en el marketing organizacional de la empresa?			

Tabla 4*Matriz de Categorización III*

Propósitos Específicos 3	Subcategorías	Preguntas	Recolección de datos	Opciones de respuesta	Técnica
Examinar las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, sobre el papel del E-Commerce en la visibilidad y alcance de la marca en el mercado.	Sistema B2B: Este elemento facilita las ventas como la plataforma en el sector minorista, aumentar su alcance, reducir costos operativos y mejorar la satisfacción al cliente.	¿Están capacitados los colaboradores de la empresa para utilizar la plataforma B2B en el marketing organizacional de Crespal?	Colaboradores de la empresa	De libre opinión	Entrevista

Tabla 5*Matriz de Categorización IV*

Propósitos Específicos 4	Subcategorías	Preguntas	Recolección de datos	Opciones de respuesta	Técnica
Explorar las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, en los efectos del social media en la construcción de la marca.	<p>Facebook: Es la conexión de personas o grupos para publicaciones personales, comerciales y para interactuar socialmente.</p> <p>LinkedIn: Es conectar por internet a profesionales para buscar trabajo y prácticas con mejorar sus talentos en sus carreras profesionales fortalecidas.</p> <p>Instagram: Es una red social que sirve para los internautas compartir fotos y videos y dar me gusta a otros usuarios e ideal para pymes.</p> <p>WhatsApp: Es una aplicación para teléfono móvil para enviar mensajes de texto, archivos, fotos y videos, también sirve para hacer videollamadas entre los usuarios.</p>	<p>¿Utilizan los colaboradores mensajes automatizados en Facebook para gestionar acuerdos de trabajo en equipo o campañas dentro de la empresa?</p> <p>¿Utilizan los trabajadores de Crespal LinkedIn para mejorar sus relaciones laborales?</p> <p>¿Deberían los colaboradores manejar una cuenta de Instagram para conocerse mejor?</p> <p>¿Consideran que el uso de un chatbots (asistente virtual) en WhatsApp les ayuda diariamente en sus labores? ¿Y cómo podrían adaptarse a la empresa si no tuvieran un asistente virtual basado en inteligencia artificial?</p>	Colaboradores de la empresa	De libre opinión	Entrevista

3.4. Selección de los Sujetos de Estudio

Tabla 6

Colaboradores población finita

Empresa Crespal	Colaboradores
Gerente Regional	1
Secretaría de	1
Gerencia Gerente	1
Comercial	1
Representante de Visita	3
Médica Representante de	1
Ventas Contador	1
Asistente de	1
contabilidad Químico	1
Farmacéutico jefe de	1
Logística Asistente de	1
Logística Técnico en	1
sistema Operador en	1
Marketing	
Total	15

La selección de sujeto de estudio es no probabilística de esta investigación a 15 trabajadores entre varones y mujeres para una población de estudio que laboran en el marketing de la organización.

La selección de los sujetos o muestra de los trabajadores en la empresa de 5 colaboradores en Crespal para las entrevistas que se detalla la descripción del perfil de los colaboradores: un asistente logístico, el gerente comercial, una química farmacéutica, un representante de visita médica y un representante de ventas (Véase anexo 4). En esta área los emprendedores podrán exponer sus ideas, iniciativas y al mismo tiempo recibir Insights y sugerencias para que de esta manera la empresa pueda mejorar tanto de los modelos de negocio como también del producto

como el servicio que se brinda a los clientes que es el objetivo de trabajo en equipo en la empresa Crespal.

Los colaboradores de la empresa Crespal está conformada por 15 trabajadores incluido el Gerente Regional y está ubicado en el distrito de San Isidro, Lima. Las personas interesadas las usan porque de una manera u otra pueden estar al tanto de la forma más correcta sobre todas las preferencias que tendrán los clientes y establecer términos internos con éxito

3.5. Técnicas de Producción de Información

Tabla 7

Técnicas e Instrumentos

Técnica	Detalles	Instrumento	Fuente
Entrevista	Adquisición de información de variables de estudio	Guía de preguntas semiestructurada	Primario

3.6. Técnicas del Análisis de Información

Se obtuvo la recopilación a partir de fuentes primarias es un elemento esencial en la investigación. En esta investigación, se ha empleado una metodología que incluye el uso de herramientas concretas, como entrevistas con especialistas, para obtener datos pertinentes con una guía de preguntas semiestructurada validado por expertos (véase en anexo validación de experto). Una vez recopilados los datos, se procederá a evaluarlos en función de sus características distintivas, siguiendo un proceso estructurado. A través de este enfoque, se busca analizar y comprender de manera exhaustiva la información obtenida, con el objetivo de obtener

conclusiones sólidas y respaldadas por evidencia. A continuación, se describirán los pasos que se seguirán en esta evaluación para obtener Insights.

Tabla 8

Estados de función de recolección de datos

Fases	Descripción
Aspectos	Se realizaron las entrevistas para adquirir la información de manera que aporte a la empresa Crespal. A través de la recolección de la información permitirá mejorar la empresa buscan lograr una mejor eficiencia y eficacia en lo económico, social y tecnológico en el marketing organizacional de Crespal.
Categorización	Se realizará el filtrado correspondiente de acuerdo a las necesidades específicas de cada área. Se ordenará cada categoría de los caracteres.
Relativización y triangulación	Proceso mediante el cual se estudiará los aspectos de acuerdo a las necesidades y funciones de la empresa Crespal. Guía de entrevista semi estructurada.

Capítulo IV

Resultados

En el presente capítulo se buscó los resultados por medio de las entrevistas con preguntas abiertas sobre innovación tecnológica a los colaboradores de la empresa Crespal en la ciudad de Lima, teniendo como fuentes conocimientos de marketing en la distribución de productos farmacéuticos. Además, se analizaron el propósito de las categorías con resultados por medio de las técnicas para entrevistas a los colaboradores que sirvió como recolectar información oportuna en la investigación en función a las variables, categorías y preguntas hacia los trabajadores con resultados de sus áreas de trabajo, resultados de entrevistas e interpretar descubrimientos que se detallan a continuación.

4.1. Descripción del Trabajo de Campo

Las operaciones de esta investigación se tomó la técnica para recopilar información con el instrumento para recopilar información con una guía de entrevista semiestructurada de 11 preguntas a 5 colaboradores por ser una población no probabilístico sobre innovación tecnológica en el área de marketing de la empresa Crespal en la ciudad de Lima, se tomaron en cuenta a colaboradores con conocimiento de trabajo de campo y afines con respuestas categóricas de libre opinión del objetivo de la investigación que permitió ahondar más al tema en los investigadores. Asimismo, se realizaron las entrevistas de manera personal y se tomaron apuntes escritos y una técnica de recolección de datos en entrevista en 30 días, por la plataforma videoconferencia Google Meet conectados en Smartphone y videoconferencia WhatsApp. (Véase anexo 4 ficha técnica de entrevista).

4.2. Análisis y Síntesis de los Resultados

4.2.1. Resultados del Diálogo

En las entrevistas a los colaboradores se tomaron en cuenta en tener conocimientos en tecnologías en las plataformas o software con visión alterna al marketing interno y que brindaron respuestas afines para la investigación. Durante las entrevistas los trabajadores respondieron aspectos importantes dentro de la empresa Crespal en contraste a las innovaciones tecnológicas que contribuyen al marketing organizacional en la actualidad con mejoras en las distribuciones de sus productos en las ventas online. La recolección de datos permitió ver un panorama alentador sobre las estrategias de la empresa a futuro con aprovechamiento de las tecnologías innovadoras para hacer crecer un marketing organizacional con diagnóstico digital para un comercio eficaz que permita a la empresa Crespal desarrollar las mejores técnicas y herramientas digitales para el cumplimiento de sus objetivos, desempeños y sus metas.

A continuación, se presentan las siguientes tablas 9 y 10 de matrices de caracteres y categorías respectivamente.

Tabla 9*Matriz de evaluación de caracteres*

Caracteres	Colaborador 1	Colaborador 2	Colaborador 3	Colaborador 4	Colaborador 5
La innovación tecnológica en el marketing organizacional	La integración de la innovación tecnológica sostenible en campañas empresariales es no sólo posible, sino cada vez más relevante. La innovación tecnológica sostenible puede ser un mensaje central en las campañas. Puedes destacar cómo la empresa está invirtiendo en tecnologías que reducen el impacto ambiental o promueven la eficiencia energética. Este enfoque puede atraer a consumidores y clientes que valoran la sostenibilidad. Estrategias de Marketing Verde: Utiliza las innovaciones sostenibles como un punto de venta único. Por ejemplo, si una empresa está utilizando energías renovables en sus procesos de producción, esto puede ser resaltado en las campañas publicitarias para atraer a un público consciente del medio ambiente.	Claro la empresa utiliza en sus servicios la sostenibilidad como son los productos que venden como no contaminar los desechos sólidos de las cajas para mejorar el medio ambiente están como mensajes. Los envíos a correos automatizados con segmentación de audiencias en una base de datos de clientes específicos para luego hacer un seguimiento de rendimiento personalizados e importantes.	Si, la integración de la innovación tecnológica sostenible como la automatización digital y del marketing organizacional son prácticas y recomendables. Ya que la combinación de ambas puede mejorar la eficiencia de las campañas y alinear mejor las estrategias de marketing con los valores de sostenibilidad de la empresa Crespal.	Si se pide integrar la innovación tecnológica en las campañas empresariales es un factor importante ya que la innovación favorece el crecimiento y la rentabilidad, esto facilita la reutilización y la circularidad de los productos en la empresa Crespal.	Si puede integrarse con campañas sólidas que garanticen el cuidado del medio ambiente por tratarse de un producto de mala altura en zonas ambientales mucho mejor. El marketing organizacional puede dar un paso muy importante ya que del tradicional a la digital puede beneficiar a la empresa o cualquier otra que quiera seguir siendo competitiva con productos innovadores para el bienestar de los trabajadores.

Tabla 10*Matriz de evaluación de categorías*

Sub categorías	Colaborador 1	Colaborador 2	Colaborador 3	Colaborador 4	Colaborador 5
BD1	Utilizar una base de datos en la nube de manera adecuada para el marketing organizacional puede ser extremadamente beneficioso, pero también requiere una gestión cuidadosa para maximizar sus ventajas. Las bases de datos en la nube permiten a los equipos de marketing acceder a la información desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esto facilita la colaboración entre equipos distribuidos geográficamente y asegura que todos trabajen con los datos más actualizados.	En el mercado se pueden encontrar servidores locales de proveedores de base de datos en la nube de diferentes marcas para todo tipo de empresa, como por ejemplo para empresa grandes como la Amazon Web Service (AWS) o diferentes nichos para empresas pequeñas pueden fácilmente adaptarse que ofrecen servicios en la nube como la IBM, pudiendo contribuir con éxito.	La empresa optó por un almacenamiento en la nube para su marketing organizacional debido a su flexibilidad y facilidad de integración con otras herramientas de marketing. Estas características brindan a las empresas la capacidad de adaptarse rápidamente a las fluctuaciones del mercado y gestionar de manera eficiente grandes cantidades de datos.	La empresa utiliza una base de datos en la nube en ciertas ocasiones, el proveedor de servicios en la nube es responsable de aprovisionar, actualizar y mantener todo el hardware los sistemas operativos y el software de base de datos, el motivo para elegir esta solución fue una decisión de toma de elecciones.	El almacenamiento en las nubes es vital para guardar archivos importantes y no ser hackeados por ciberataques que puedan vulnerar toda información valiosa dentro de la empresa para un buen marketing interno. Hay proveedores que ofrecen buenos servicios para esta solución y la más conocida es IBM.
BD2	Para el marketing organizacional, los	La empresa utiliza un proceso de gestión de	Las empresas disponen de diversas opciones	En el ámbito de Big Data on-	El proveedor para un almacenamiento de datos

	<p>proveedores de soluciones de Big Data on-premise que las empresas pueden considerar suelen ser grandes empresas de tecnología que ofrecen plataformas robustas para la gestión, se puede ver y analizar grandes cantidades de datos, aunque la elección específica de un proveedor cambia según la circunstancia de la empresa.</p>	<p>almacenamiento de datos (DBMS), en un software que sostiene para, actualizar y distribuir la información de manera organizada. Este sistema permite acceder y gestionar datos conectados en diferentes servidores de forma eficiente, para luego distribuirlos en paralelo en otros ordenadores.</p>	<p>para asociarse con un proveedor de soluciones de Big Data on-premise, cada una con características y beneficios particulares. La elección del proveedor más adecuado estará sujeto a las necesidades particulares de la empresa. en cuanto a análisis de datos, integración con otras.</p>	<p>premise, la empresa se vincula con diversos proveedores para potenciar su marketing organizacional. Los proveedores son varios en BIG DATA en la empresa se relaciona para el marketing organizacional ellas son: Google trends, análisis de sentimientos, pronósticos de demanda y marketing uno a uno.</p>	<p>para ordenadores locales (PC) se puede decir que el DBMS se consigue ordenar datos de forma continua para luego ser mejorados y actualizados de manera perenne en los servidores, pero la desventaja es que puede ser vulnerados por virus de mala intención. Por otro lado, se trabaja de forma paralela en varios ordenadores con acceso directo para un buen funcionamiento del marketing organizacional.</p>
HD1	<p>Evaluar la eficiencia de Google Meet, o cualquier herramienta de videoconferencia, implica considerar varios factores clave relacionados con su rendimiento, funcionalidad, usabilidad y soporte. Por ejemplo, claridad de video, evalúa la</p>	<p>Es eficiente porque permite reuniones instantáneas fuera de la empresa como también desde un Smartphone se puede conectar estando haciendo otras labores importantes, se puede interactuar todos a la vez, aunque físicamente otros estén en otras áreas y poder opinar un tema</p>	<p>Es eficiente la herramienta de Google Meet para videoconferencias, especialmente si ya estás integrado en el ecosistema de Google Workspace. Sin embargo, la evaluación detallada, te ayudará a determinar si es la mejor opción para las</p>	<p>Para determinar la eficacia de Google Meet, es necesario realizar varias pruebas. Primero, asegúrate de que la cámara esté activada y funcione correctamente. Luego, verifica el</p>	<p>Esta herramienta muy utilizada en la parte laboral permite compartir desde cualquier lugar de manera simultánea entre los miembros del equipo y poder compartir ideas, opiniones y soluciones en forma remota, en diferentes horarios y puestos de trabajo en tiempo real sin la necesidad de que todos</p>

	buena imagen, el sonido con el audio durante las reuniones. Google Meet suele ofrecer alta definición (HD) para video y audio nítido, pero puede variar según la conexión a Internet y el hardware utilizado. Estabilidad la claridad del video y el audio se mantiene constante durante las reuniones o si experimentas problemas como retrasos, congelamientos o distorsiones.	relevante en una auditoria totalmente digital.	necesidades específicas de tu organización.	funcionamiento del altavoz, comprobando que el sonido sea claro y sin interrupciones. Además, evalúa el micrófono para asegurarte de que capte y transmita el audio de manera eficiente. Estos pasos ayudarán a garantizar que todas las funciones de la plataforma operen de manera óptima durante las reuniones.	estén en la misma reunión da un paso importante para el trabajo en equipo de los trabajadores en solucionar cualquier inconveniente.
HD2	La frecuencia con la que se utilizan los Smartphone en las relaciones laborales puede variar según la industria, la región y el tipo de trabajo, pero en general, los Smartphone son muy importante esta herramienta tecnológica en un entorno laboral actual. Los Smartphone se	Es una herramienta digital que se emplea muy a diario tanto para comunicarse como enviar archivos, órdenes de compra, coordinaciones con los clientes, etc. Se puede decir que es muy utilizado todos los días de la semana, es por eso que la empresa entrega un Smartphone a cada trabajador para los fines convenientes.	El uso de Smartphone en el ámbito laboral es común, ya que permiten agilizar la comunicación, gestionar tareas y acceder a información en tiempo real. En general, los Smartphone se han transformado en un recurso indispensable para la mayoría de los profesionales en el	La frecuencia del uso de los Smartphone en la empresa es aproximadamente más de 4 horas todos los días ya sea para contactarse con los proveedores, podemos decir que, en la empresa, el uso de los	La frecuencia de los Smartphone es muy relativa, porque esta herramienta permite ver correos electrónicos, bajar archivos y reenviar a otros móviles datos o posibles ventas a los clientes bajo una estricta coordinación con los superiores, esta herramienta se usa muy a menudo en obtener órdenes de compra y enviar imágenes de productos

	<p>utilizan constantemente para gestionar correos electrónicos y aplicaciones para mensajes rápidos como Slack, Microsoft Teams, y WhatsApp. Esto favorece a los empleados estar conectados con colegas y clientes incluso cuando no están en la oficina.</p>	entorno de trabajo actual.	Smartphone supera las 4 horas diarias, destinando este tiempo principalmente a la comunicación con proveedores y con otras personas externas. o para para terceras personas.	instantáneos al cliente brindando un buen servicio.	
HD3	<p>Sí, Google Drive se utiliza ampliamente para trabajar en equipo en el marketing organizacional debido a sus características colaborativas y de almacenamiento en la nube. Aquí te explico cómo Google Drive es una herramienta efectiva para Marketing Organizacional para guardar datos en la nube. Para trabajo remoto este sistema almacena y distribuye archivos con vía internet en</p>	<p>Es común dentro de la empresa porque permite almacenar toda información en campañas, reportes y que puede tener acceso cualquier colaborador de trabajo en equipo en tiempo real y con actualizaciones de manera constantes en línea, Google Drive se puede manejar el historial de contenidos de cada participante y que se puede corregir versiones anteriores si el caso lo requiere.</p>	<p>Sí, Google Drive es una herramienta ampliamente utilizada por muchas empresas para colaborar en el marketing organizacional, ya que facilita la colaboración en tiempo real, así como la gestión de documentos y recursos. Su integración con otras herramientas de Google Workspace lo convierte en una opción eficaz para equipos de marketing que requieren coordinar y ejecutar proyectos de forma</p>	<p>La empresa emplea Google Drive porque almacena documentos, ya que facilita el acceso de búsqueda, en la casa o en la oficina, esta herramienta es crucial cuando se tiene acceso a internet, ya que ofrece una solución práctica y eficiente para la gestión y consulta de información desde cualquier</p>	<p>El Google Drive favorece el trabajo en equipo donde cada trabajador guarda archivos y textos que se editan en simultáneo con otros colaboradores de la empresa en tiempo real, permitiendo ganar tiempo récord puesto que puede visualizarse desde un ordenador o móvil corrigiendo alguna información útil hacia los clientes que es el objetivo final para la empresa.</p>

	<p>cualquier lugar, es ideal para equipos distribuidos o que trabajan de forma remota. Google Drive ofrece diferentes niveles de almacenamiento, dependiendo del plan de Google Workspace, que son esenciales para laborar en el marketing.</p>	<p>eficiente. La ubicación, flexibilidad y accesibilidad que brinda Google Drive mejoran notablemente la eficiencia y el trabajo colaborativo en el entorno laboral actual.</p>			
EC1	<p>Es importante considerar: Evaluar el nivel de habilidad técnica de los colaboradores en el uso de herramientas digitales y plataformas B2B. Considerar la experiencia previa de los colaboradores en el uso de plataformas B2B similares y su habilidad para aplicar ese conocimiento a la plataforma específica de Crespal. Evaluar si se han realizado evaluaciones para medir la competencia de los colaboradores y si se</p>	<p>Los empleados de Crespal tiene capacitaciones de las plataformas B2B para un buen manejo que permita el éxito de la organización es vital que los trabajadores de Crespal sepan del funcionamiento del B2B con un soporte técnico constante ante una duda se puede solucionar con tutoriales de la plataforma, las actualizaciones de los B2B siempre se tienen en prioridad por los cambios adicionales siendo una buena inversión para Crespal.</p>	<p>El equipo de Crespal está capacitado para utilizar una plataforma B2B en el marketing organizacional, lo cual es crucial para optimizar la efectividad y el retorno de la inversión en marketing. La evaluación de esta formación debe incluir una revisión del entrenamiento recibido, con el fin de aplicar sus funcionalidades en las estrategias de marketing.</p>	<p>La empresa Crespal utiliza la plataforma B2B, esta plataforma facilita y es de mucha ayuda en los negocios las organizaciones que estén afiliadas pueden dar productos y servicios a la par soluciones diseñados a la medida para satisfacer a nuestros clientes.</p>	<p>A pesar de los vendedores estamos en la necesidad de obtener información tecnológica como es la plataforma del B2B se obtiene información de pedidos en línea y poder sacar ideas que permitan tener un control de acceso para estar bien informado sobre las ventas a concretarse con entidades mucho mayores a las farmacias pequeñas y tener buen balance integral.</p>

ha recibido feedback sobre la efectividad de la capacitación proporcionada.

Si Crespal ha abordado estos aspectos de manera efectiva, es probable que sus colaboradores estén bien capacitados para utilizar la plataforma B2B en su marketing organizacional.

SM1	<p>El uso de mensajes automatizados en Facebook para gestionar acuerdos de trabajo en equipo o campañas dentro de una empresa puede ser una práctica eficaz, especialmente en el contexto de marketing organizacional. Los mensajes automatizados pueden ayudar a optimizar la comunicación, mejorar la eficiencia y facilitar la gestión de campañas y colaboraciones.</p>	<p>Se envían mensajes automatizados vía Facebook con CRM para una mejora comunicación con los clientes en campañas o posventa con miras a fidelizarlos, se puede implementar los bots (mensajes automáticos) con el fin de brindar un buen servicio como preguntas frecuentes, el trabajo en equipo se complementa mejor con los anuncios para las ventas en campañas.</p>	<p>Sí, los colaboradores emplean mensajes automatizados en Facebook para coordinar acuerdos de trabajo en equipo y gestionar campañas internas en la empresa. Esta tecnología permite una gestión eficiente de la comunicación y las campañas, ofreciendo ventajas en términos de eficiencia, coherencia y escalabilidad. Es fundamental implementar y mantener estos sistemas para garantizar que sean efectivos y estén</p>	<p>Si se utilizan colaboradores de mensajes automatizados en Facebook para gestionar acuerdos de trabajo de usuarios, comprobar determinados códigos dentro de un mensaje o emitir mandatos. Tal es así, que los mensajes automatizados pueden ayudar a optimizar la comunicación.</p>	<p>Se maneja mensajes automatizados en Facebook con lentitud debido a la escasa tarea por colaboradores, se quiere dar a conocer para las ventas o campañas de forma fluida es fundamental sabiendo del trabajo en equipo podemos complementar en un buen servicio en ofrecer eficientemente para un bienestar con los clientes con el fin de poder fidelizar que es el objetivo.</p>
-----	---	--	---	--	---

			alineados con los objetivos de marketing y las necesidades del equipo.		
SM2	Sí, LinkedIn es una herramienta ampliamente utilizada para mejorar las relaciones laborales, y es probable que los trabajadores de Crespal, como en muchas otras empresas, la utilicen para varios fines relacionados con el Networking, la gestión de relaciones profesionales y el desarrollo de la marca personal.	Esta plataforma permite relacionarse profesionalmente en lo laboral para un buen desarrollo en la organización, LinkedIn permite comunicación con colegas, aumentar sus contactos, Crespal permite el uso libre de sus trabajadores en plataformas para formar una cultura empresarial donde los trabajadores muy posibles lo utilicen, donde es decisión de cada trabajador y no es obligatorio porque son decisiones personales de cada uno.	Crespal permite a su personal utilizar la plataforma de LinkedIn para mejorar sus relaciones laborales y profesionales. LinkedIn brinda numerosas oportunidades para desarrollar redes de contacto, construir una marca personal, reclutar talento e interactuar con clientes y socios. Al emplear LinkedIn de manera estratégica, los empleados pueden reforzar su presencia profesional, ampliar sus conexiones y contribuir al éxito global de la empresa.	La mayoría usa la plataforma LinkedIn en Crespal ya que ofrece la oportunidad de mostrarte y favorecer el liderazgo, a la par establece contactos profesionales, incrementa las ventas y genera oportunidades de negocio.	Esta plataforma ayuda en comunicarse entre trabajadores sobre el aumento de sus contactos, obtener información constante acerca de otras empresas similares y profesionales del rubro permitiendo tener tráfico y hacerse conocidos para relacionarse y tener buena imagen fuera de la empresa, en lo laboral y en lo personal, pudiendo acercarse a tener buenas experiencias en el rubro compatibles con otras empresas.
SM3	El uso de Instagram por parte de los colaboradores para conocerse mejor puede tener beneficios, pero también plantea algunas	Puede salir beneficioso para un ambiente amigable y que puedan entenderse entre colaboradores, esta plataforma puede tornarse una cultura empresarial	Sí, ya que el uso de Instagram puede ayudar a que los colaboradores se conozcan mejor, lo que puede tener beneficios en cuanto a conexión	Los colaboradores si deberían tener en cuenta Instagram porque aprovecha recursos de las historias de la	Si es mejor permite interactuar de manera fluida en lo laboral, personal y emocional, mejora su entorno cultural que permite expandirse con fluidez pudiendo

	<p>consideraciones. Instagram, al ser una plataforma visual y social, puede facilitar el trabajo mutuo con una buena cultura en relaciones dentro del trabajo en equipo, pero su efectividad y pertinencia dependerá de cómo se utilice y del contexto de la empresa. Aquí te ofrezco una perspectiva sobre ventajas y desventajas, como también las buenas prácticas para implementar esta idea.</p>	<p>para conocerse mejor colectivamente, fomenta el logro de las ventas y ayuda a los demás a ser competitivo y generar ventajas para la empresa sobre todo en las ventas y aumentar su perfil laboral. En conclusión, los trabajadores no se ven obligados a usar Instagram porque es una decisión personal de cada uno, puede que no todos la utilicen.</p>	<p>personal y cohesión del equipo. Sin embargo, también presenta desafíos relacionados con la privacidad y la separación entre la vida personal y la profesional. Si decides adoptar esta estrategia, es importante hacerlo respetando las preferencias y la comodidad de todos los empleados, estableciendo políticas claras y promoviendo un ambiente inclusivo y opcional.</p>	<p>públicas con una frecuencia correcta, pública contenida de calidad para un público interactivo con tus seguidores y crea una identidad visual para el perfil laboral.</p>	<p>destacarse en equipo con los demás, tener un marketing eficiente con ansias de tener éxito y poder publicar si es posible regular hasta hacer costumbre por un beneficio laboral que pueda ser rentable para la organización y los trabajadores.</p>
SM4	<p>Los chats Bot en WhatsApp como asistente virtual puede ser altamente beneficioso para las labores diarias en una empresa, facilitando tareas como la comunicación, la gestión de consultas y la automatización de procesos. Sin embargo, si la empresa no tuviera acceso a un asistente virtual basado en inteligencia artificial (IA), habría</p>	<p>Esto permitiría realizar mensajes automatizados, y que los empleados puedan realizar otras labores que permite liberar tensiones por tareas más complejas por ejemplo se puede evitar a clientes muy exigentes por un trato mejor del Chat BOT , está disponible en 24/7 que proporciona soporte técnico, se comparte información y aumenta la productividad con una buena comunicación,</p>	<p>La implementación de un chatbots o asistente virtual en WhatsApp puede proporcionar múltiples beneficios para los empleados en sus tareas diarias, mejorando la eficiencia y la comunicación al automatizar procesos y ofrecer asistencia constante. No obstante, cuando no se dispone de un asistente virtual, es crucial optimizar los procesos</p>	<p>El Chat Bot en WhatsApp ayuda diariamente en las labores informando acerca de los servicios o productos, los chatbots en WhatsApp, ha transformado la manera en que las empresas interactúan con sus clientes. No solo permiten una atención al</p>	<p>Claro, un asistente virtual en WhatsApp puede ser más eficiente que los mensajes automáticos de Facebook, por un factor importante que es el día a día donde los trabajadores resuelven parte de sus labores con esta App en sus móviles donde esta herramienta permite tener un control que pueda resolver cualquier inconveniente que se presente. Puede adaptarse la empresa con facilidad, no habría ningún problema</p>

<p>que adaptar las estrategias y procesos para mantener la eficiencia.</p>	<p>puede dar información en tiempo real de operaciones exitosas y puede estar programados para asuntos específicos dentro de la empresa para brindar respuestas muy personalizadas a los clientes y los mismo colaboradores. Puede adaptarse con capacitaciones constantes con gestiones en campañas de proyectos y comunicación en los colaboradores, tener un soporte de asistencia donde puedan absolver las dudas, tener patrones que puedan cumplir con las tareas sin la tener un asistente virtual y tener reuniones periódicas para una buena retroalimentación para solución de problemas en lo necesario.</p>	<p>manuales, ofrecer una capacitación adecuada y utilizar herramientas efectivas de comunicación y gestión para mantener la eficiencia y la efectividad en el trabajo. Adaptarse a la falta de tecnología avanzada exige un enfoque proactivo en la mejora de los procesos y la formación del personal para asegurar que el equipo funcione de manera efectiva.</p>	<p>cliente más rápida y eficiente, sino que también están disponibles las 24 horas del día, hoy en día la IA es indispensable para el manejo adecuado y eficiente. Al no tener un asistente virtual se opta por lo tradicional, pero con capacitaciones eficientes.</p>	<p>en esa parte, pero sería bueno dejar lo tradicional por lo digital.</p>
--	---	---	---	--

4.2.2. *Análisis Vertical*

A. Colaborador 1

Caracteres.

La integración de la innovación tecnológica sostenible en las campañas empresariales no solo es factible, sino crucial en el contexto actual. Enfatizar cómo la empresa invierte en tecnologías que minimizan el impacto ambiental y promueven la eficiencia energética puede servir como un mensaje central en las campañas. Esto no solo refuerza el compromiso con la sostenibilidad, sino que también puede atraer a consumidores que valoran estas prácticas. Al destacar las innovaciones sostenibles, se utilizan energías reciclables en la productividad, las empresas pueden diferenciarse y captar la atención de un público preocupado por el medio ambiente.

Subcategorías.

El almacenamiento en la nube para el marketing organizacional tiene como ventajas el acceso remoto y trabajo colaborativo distribuidos que garantizan el uso de datos actualizados, maximiza una gestión beneficiosa. Por otro lado, los proveedores de soluciones Big Data on-premise tienen como ventajas plataformas robustas para gestionar grandes volúmenes de archivos y datos, que se consideran la elección de proveedores diversos según las necesidades específicas que requiera la empresa.

El Google Meet tiene como factor clave los videos y audios, estabilidad para las reuniones grupales en cualquier momento según las variaciones. El uso del smartphone en la organización tiene como gestión principal los correos, aplicaciones de mensajes como Microsoft o WhatsApp, las llamadas y videollamadas son

comunicaciones continuas. El Google Drive tiene como característica vital almacenamiento en la nube, trabajo remoto, variedad de guardar archivos según el plan. Las evaluaciones periódicas continuas en plataformas B2B en marketing tiene a considerar aspectos como capacitaciones específicas, experiencia previa y evaluaciones competitivas.

Los mensajes automáticos de Facebook son beneficiosos porque optimizan la comunicación, generan efectividad en campañas gestionadas colaborativas. Las relaciones organizacionales en LinkedIn como el uso de Networking, las relaciones profesionales para conocerse mejor y el desarrollo de la marca personal. Las ventajas de Instagram para conocimiento personales y una cultura laboral, consideran la efectividad dependiendo del uso y el criterio contextual de la empresa. La efectividad del buen uso del Chats Bot en WhatsApp es beneficioso y facilita la comunicación, consultas y dudas con una automatización en procesos, alternando la adaptabilidad estratégica en caso no esté ausente el asistente remoto basado en inteligencia artificial (IA). Este análisis destaca como las herramientas tecnológicas y las comunicaciones impactan la eficiencia en los colaboradores en el marketing organizacional y en las gestiones laborales.

B. Colaborador 2.

Caracteres.

La empresa incorpora la sostenibilidad en sus servicios, utilizando productos que minimizan la contaminación de desechos sólidos y promueven la protección del medio ambiente. Además, realiza envíos automatizados a correos con una

segmentación precisa de clientes y realiza un seguimiento personalizado del rendimiento.

Subcategorías.

En el mercado, existen proveedores de almacenamientos de datos en la nube para todo tipo de empresas, desde grandes como Amazon Web Services (AWS) hasta opciones más adaptables para pequeñas empresas, como IBM. Estos servicios utilizan sistemas de gestión de datos (DBMS) para organizar, actualizar y distribuir la información de manera eficiente a través de distintos servidores y dispositivos.

Estas herramientas permiten reuniones instantáneas y comunicación continua, incluso desde smartphones, facilitando la interacción y colaboración a distancia. Los empleados reciben smartphones para gestionar comunicaciones diarias, enviar archivos y coordinar tareas. Además, plataformas como Google Drive se utilizan para almacenar y actualizar información en tiempo real, permitiendo la colaboración efectiva en documentos y proyectos.

Crespal capacita a sus empleados en plataformas B2B y ofrece soporte técnico para asegurar el manejo adecuado de estas herramientas, priorizando actualizaciones para mantener la eficiencia. También se emplean mensajes automatizados y bots en CRM para mejorar la comunicación con clientes y optimizar la gestión de campañas y posventa.

Facebook, LinkedIn, Instagram y WhatsApp se utilizan para fomentar la comunicación profesional y aumentar contactos, aunque su uso no es obligatorio. La adopción de plataformas como Instagram es opcional y depende de decisiones

personales de los empleados. Estas herramientas ayudan a crear un ambiente colaborativo, mejoran la comunicación interna, y permiten un manejo más eficiente de tareas y soporte técnico. Las capacitaciones constantes y el soporte adecuado facilitan la adaptación y el éxito en la gestión de proyectos y comunicación

C. Colaborador 3.

Caracteres.

Es muy recomendable que se incorporen la innovación tecnológica con sostenibilidad y con el marketing organizacional pueden ser muy útiles con eficiencia en campañas, con alineaciones estratégicas con automatizaciones digitales para ser más efectivas con la visión, valores sostenibles en la empresa Crespal.

Subcategorías.

Sistemas de Almacenamiento en la Nube: La elección de un repositorio de datos en la nube para el marketing organizacional se debe a su flexibilidad y su capacidad de integrarse fácilmente con otras herramientas de marketing. Estas características permiten a las empresas adaptarse rápidamente a cambios en el mercado y manejar grandes cantidades de datos de forma eficiente.

Opciones para Big Data On-Premise: Las empresas tienen varias alternativas para asociarse con proveedores de soluciones de Big Data on-premise, cada una con características y beneficios específicos. La selección del proveedor adecuado dependerá de las necesidades individuales de la empresa en términos de análisis de datos, integración con otras herramientas y presupuesto.

Google Meet: Es una herramienta eficiente para videoconferencias, especialmente si ya se está utilizando el ecosistema de Google Workspace. Una evaluación detallada ayudará a determinar si esta herramienta se ajusta a las necesidades específicas de la organización.

Smartphones en el Entorno Laboral: Los smartphones se han vuelto comunes en el entorno laboral, facilitando la comunicación, la gestión de tareas y el acceso a información en tiempo real. En general, se han vuelto un recurso fundamental para muchos profesionales en el trabajo moderno.

Google Drive: Es ampliamente utilizado por las empresas para colaborar en marketing organizacional, gracias a su capacidad para facilitar el trabajo conjunto en tiempo real y la administración de documentos. Su integración con otras herramientas de Google Workspace lo hace una opción efectiva para equipos de marketing que necesitan coordinar y ejecutar proyectos de manera eficiente. Su flexibilidad y accesibilidad Optimizar la eficiencia y fomentar la cooperación en el entorno laboral actual.

Capacitación en Plataforma B2B: El equipo de Crespal está capacitado para usar una plataforma B2B en marketing organizacional, lo cual es crucial para optimizar la efectividad y el retorno de inversión. Es importante revisar el entrenamiento recibido, aplicar sus funcionalidades en las estrategias de marketing y ofrecer soporte continuo y actualizaciones para asegurar que los empleados se mantengan efectivos en el uso de la plataforma.

Mensajes Automatizados en Facebook: Los mensajes automatizados en Facebook permiten a los colaboradores coordinar acuerdos de trabajo y gestionar campañas internas de manera eficiente. Esta tecnología proporciona ventajas en términos de eficiencia, coherencia y escalabilidad, y es esencial implementar y mantener estos sistemas para alinearlos con los objetivos de marketing y las necesidades del equipo.

LinkedIn para Relaciones Profesionales: Crespal permite el uso de LinkedIn para mejorar las relaciones laborales y profesionales. LinkedIn ofrece oportunidades para desarrollar redes, construir una marca personal, reclutar talento e interactuar con clientes y socios. Utilizar LinkedIn de manera estratégica ayuda a los empleados a reforzar su presencia profesional, ampliar sus conexiones y contribuir al éxito de la empresa.

Instagram para Conexión Personal: El uso de Instagram puede mejorar la conexión personal entre colaboradores, lo que puede beneficiar la cohesión del equipo. No obstante, también presenta desafíos relacionados con la privacidad y la separación entre la vida personal y profesional. Si se decide adoptar esta estrategia, es crucial respetar las preferencias de los empleados, establecer políticas claras y promover un ambiente inclusivo y opcional.

Chatbots o Asistente Virtual en WhatsApp: La implementación de un chatBot o asistente virtual en WhatsApp puede ser muy beneficiosa para los empleados, ya que mejora la eficiencia y la comunicación al automatizar procesos y proporcionar asistencia continua. Sin embargo, en ausencia de esta tecnología, es fundamental optimizar los procesos manuales, proporcionar capacitación adecuada y utilizar

herramientas de comunicación y gestión efectivas para mantener la eficiencia y efectividad en el trabajo. Adaptarse a la falta de tecnología avanzada requiere un enfoque proactivo en la optimización de procesos y la capacitación del personal para garantizar un funcionamiento efectivo del equipo.

D. Colaborador 4.

Caracteres.

La incorporación de la innovación tecnológica en las campañas empresariales es esencial, ya que este enfoque puede tener un impacto significativo en la empresa Crespal. La implementación de nuevas tecnologías no solo contribuye al crecimiento y a la mejora de la rentabilidad, sino que también facilita la adopción de prácticas de reutilización y circularidad de productos. En otras palabras, al integrar soluciones tecnológicas avanzadas en las estrategias de marketing y operativas, Crespal puede beneficiarse de un incremento en su rendimiento económico y, al mismo tiempo, promover una gestión más sostenible y eficiente de sus recursos.

Subcategorías

Sistema de almacenamiento en la nube: La empresa recurre a una base de datos en la nube en ocasiones específicas. El proveedor del servicio en la nube se encarga de suministrar, actualizar y mantener todo el sistema operativo, de la base de datos. Esta solución fue elegida tras una deliberada decisión, buscando mejorar estos beneficios que ofrece este tipo de infraestructura.

Implementación de Big Data On-Premise para Marketing: En el contexto de Big Data on-premise, la empresa colabora con varios proveedores para fortalecer su

marketing organizacional. Entre los proveedores se incluyen herramientas como Google Trends, análisis de sentimientos, pronósticos de demanda y marketing personalizado. Cada uno de estos proveedores contribuye a la mejora en cuanto a estrategias de marketing en la empresa a través de la optimización y análisis de datos importantes.

Eficiencia de Google Meet: Para determinar la eficacia de Google Meet, es fundamental realizar varias pruebas. En primer lugar, es necesario verificar que la cámara esté encendida y operativa correctamente. Luego, es importante verificar que el altavoz ofrece un sonido claro y sin interrupciones, y revisar el micrófono para asegurarse de que capture y transmita el audio de manera efectiva. Estos procedimientos aseguran que la plataforma funcione de manera óptima durante las reuniones.

Uso de Smartphones en la Empresa: En la empresa, el uso de smartphones es considerable, superando las 4 horas diarias. Este tiempo se dedica principalmente a la comunicación con proveedores y otros contactos externos. Esto indica la importancia de los equipos portátiles operativos diaria de la empresa para mantener relaciones comerciales y coordinar actividades.

Utilización de Google Drive: Se emplea en la empresa para el almacenamiento de documentos, facilita la búsqueda y el acceso tanto en la oficina como en el hogar. Esta herramienta es esencial cuando se dispone de conexión a internet, ya que ofrece una solución efectiva y conveniente para gestionar y consultar información desde cualquier lugar.

Plataforma B2B en Crespal: Crespal hace uso de una plataforma B2B, la cual es fundamental para la empresa. Esta plataforma ayuda al intercambio de servicios y productos entre organizaciones afiliadas, proporcionando soluciones a medida que complacen las necesidades de los usuarios y apoyan las actividades comerciales.

Mensajes Automatizados en Facebook: La empresa utiliza mensajes automatizados en Facebook para gestionar acuerdos laborales, verificar códigos dentro de mensajes, a la par también emite instrucciones. Estos mensajes automatizados son valiosos para mejorar la comunicación. Tal es así, que en la gestión de tareas se aumenta la eficacia y eficiencia en coordinación con los usuarios.

LinkedIn en Crespal: LinkedIn es una plataforma ampliamente utilizada en Crespal, ya que permite destacar el liderazgo de la empresa, establecer contactos profesionales, incrementar las ventas y generar nuevas oportunidades de negocio. Es una herramienta clave para la promoción y el Networking profesional.

Importancia de Instagram para los Colaboradores: Instagram es una plataforma que los colaboradores deberían considerar para mejorar la presencia en línea. Publicar historias con regularidad, contenido de calidad y mantener una identidad visual coherente puede ayudar a interactuar eficazmente con seguidores y fortalecer la imagen profesional del perfil.

Beneficios del Chat Bot en WhatsApp: El Chatbot en WhatsApp desempeña un papel crucial en la empresa, proporcionando información sobre servicios y productos. Los chatbots han transformado el panorama en cómo las organizaciones se comunican con sus usuarios, permitiendo una atención más rápida y eficiente, disponible las 24

horas del día. La inteligencia artificial es clave para la gestión efectiva y el soporte continuo.

E. Colaborador 5.

Caracteres.

Si se logra integrar con campañas sólidas que aseguren la protección del medio ambiente, particularmente considerando que el producto proviene de altitudes elevadas en áreas ecológicamente sensibles, el impacto sería aún más positivo. El marketing organizacional tiene el potencial de dar un giro significativo al pasar del enfoque tradicional a la digital. Este cambio es de mucha utilidad tanto para la empresa en cuestión como para cualquier otra que busque mantener su competitividad mediante la oferta de productos innovadores que contribuyan al bienestar de los trabajadores.

Subcategorías.

El almacenamiento en la nube es crucial para proteger archivos importantes, a su vez ayuda a prevenir los ciberataques y que estos no sean vulnerables, para que no comprometan toda la información valiosa dentro de la empresa, lo cual es esencial para un marketing interno efectivo. Hay proveedores que dan calidad en servicios para esta solución, siendo IBM una de las empresas con la mejor solución.

Es importante que el sistema de gestión de bases de datos (DBMS) para el almacenamiento de datos en ordenadores locales establezca la información de manera constante, permitiendo su mejora y actualización adecuada en los servidores. Sin embargo, una desventaja es que estos sistemas pueden ser indefensos a virus

maliciosos, también se realiza trabajo simultáneo en varios ordenadores con acceso directo para optimizar el funcionamiento del marketing organizacional.

Esta herramienta, Google Meet es ampliamente utilizada en el ámbito laboral, es de mucha utilidad ya que, facilita la colaboración en tiempo real al permitir que los miembros del equipo compartan ideas, opiniones y soluciones desde el lugar donde se encuentren. Los trabajadores pueden participar de manera remota, en horarios y lugares diversos, lo mejor es que no hay la necesidad de estar presentes en una reunión simultánea, lo que da como resultado un avance significativo para trabajar en equipo y resolver problemas suscitados.

La utilidad de los smartphones en la empresa es sumamente variable, estos equipos nos ayudan a consultar correos electrónicos, descargar archivos y transferir datos o información sobre ventas a otros dispositivos móviles. Estos teléfonos son usados con mucha frecuencia para recibir órdenes de compra y enviar imágenes de productos en tiempo real a los clientes, lo que facilita una coordinación efectiva y asertiva con los superiores y contribuye a ofrecer un buen servicio.

El Google Drive se usa mucho para el trabajo en equipo, ya que favorece a cada colaborador guardando archivos y textos que se pueden editar de manera simultánea y en tiempo real con otros trabajadores de la empresa, maximiza el tiempo ayudando a visualizar archivos desde un ordenador o móvil modificando informaciones que son de mucha utilidad para los clientes, lo cual para la empresa es lo que busca como objetivo final.

En la empresa Crespal, a pesar de la presencia de los vendedores, es crucial acceder a información tecnológica, como la plataforma B2B, la cual brinda datos sobre pedidos en línea. Esto ayuda a generar ideas para implementar un control de acceso positivo y mantenerse bien informado sobre las ventas, especialmente cuando se trata de entidades grandes en comparación con farmacias pequeñas, asegurando así un equilibrio integral en las operaciones.

Se maneja mensajes automatizados en Facebook no con rapidez, en esta parte el proceso es muy lento, esto se debe a la poca tarea por parte de los colaboradores, para que las ventas o campañas sean efectivas y se realicen de manera fluida, es esencial que el trabajo en equipo sea sólido. Al colaborar de manera efectiva, se puede ofrecer un excelente servicio que contribuya al bienestar de los clientes, con el objetivo final de fidelizarlos.

Esta plataforma LinkedIn es de mucha ayuda entre trabajadores por permitir comunicarse sobre el aumento de sus contactos, es crucial obtener información continua sobre empresas similares y profesionales del sector para generar tráfico y aumentar la visibilidad. Esto permite construir una buena reputación tanto a nivel laboral como personal, mejorando las oportunidades y la creación de redes para su óptima colaboración con otras empresas.

Instagram es una cuenta de mucha utilidad, si es importante ya que se puede interactuar de manera fluida en lo laboral, personal y emocional, mejora el entorno cultural de la organización facilita una expansión fluida y permite destacarse en equipo. Al tener un marketing eficiente y un enfoque decidido hacia el éxito, es posible generar

prácticas regulares que se van convirtiendo en una costumbre de mucho impacto tanto para la empresa como para los empleados.

Un asistente virtual en WhatsApp puede ser más eficiente que los mensajes automáticos en Facebook, primordialmente porque los empleados utilizan esta aplicación en su día a día para gestionar parte de sus tareas, esta herramienta permite un control más adecuado y dinámico a su vez ayuda a la resolución inmediata de cualquier inconveniente que surja. Aunque la empresa podría adaptarse fácilmente a esta transición, sería beneficioso reemplazar los métodos convencionales por soluciones digitales.

4.2.3. *Análisis Horizontal (Caracteres)*

En la siguiente Tabla 11 se analizan los caracteres.

Tabla 11

Análisis Horizontal de Caracteres

Caracteres	Análisis
Innovación tecnológica en el marketing organizacional	La empresa puede dar un paso importante en la sostenibilidad mediante campañas que favorecen al medio ambiente, con comunicaciones directas hacia en lo social, hoy en día toda empresa tiene conocimientos sostenibles por un mundo mejor hacia adelante que con las innovaciones tecnológicas se logra muchas cosas como comunicando a los consumidores con información de sus productos que garanticen el cuidado ambiental donde el marketing interno y externo se transmite la idea para mejorarlo donde el cliente está satisfecho por el labor de la empresa con responsabilidad social. Por otro lado, la empresa opta bien desde los tradicional hacia lo digital para automatizar mensajes para campañas que son favorables para los clientes y trabajadores en

comunicaciones postventa gracias a la innovación tecnológica donde las empresas están más segura que antes para ser duraderos en un mercado muy competitivo aceptable cada vez y tener seguridad.

4.2.4. *Análisis Horizontal (Subcategorías)*

Se muestran a continuación en la siguiente Tabla 12 por cada subcategoría

Tabla 12*Análisis Horizontal*

Subcategoría	Análisis
BD1	El uso de la nube para la base de datos es muy beneficioso, ya que permite acceder a ella en cualquier lugar, momento, y por varias personas a la vez asegurando el trabajo con datos actualizados. Existe una gran variedad de empresas que prestan este servicio siendo algunas grandes y otras pequeñas, acomodándose a la necesidad del usuario, por lo que permite a las empresas adaptarse rápidamente a las fluctuaciones del mercado y a sí mismo gestionar grandes cantidades de datos. La empresa de servicio brinda el hardware y software cuidando los datos de ciberataques, siendo la más conocida el IBM.
BD2	Para el marketing organizacional suelen ser grandes empresas de tecnología que ofrecen plataformas, eficientes para la gestión, la empresa usa un proceso de almacenamiento de datos con un software que organiza y distribuye este sistema permite unir datos en diferentes , servidores para luego compartir la información con otros similares, la elección del usuario será según sus necesidad en cuanto a su propio análisis, en el ámbito de Big Data on-premise, se junta con varias empresas similares para brindar un mejor servicio y agrandar su espacio de data. El proveedor de almacenamiento de datos, se consigue ordenando de manera continua, pero puede haber virus de mala intención que puedan dañar el almacenamiento, por ello se trabajó con varios ordenadores.
HD1	La herramienta Google Meet En el ámbito del marketing organizacional, las grandes empresas tecnológicas suelen ofrecer plataformas eficientes para la gestión de datos. Estas compañías emplean software especializado que organiza y distribuye los datos, permitiendo consolidar información de diferentes servidores y compartirla con otras

plataformas similares. Es eficaz porque permite realizar reuniones de manera instantánea, incluso fuera de la empresa, y es posible conectarse desde un Smartphone mientras se realizan otras tareas importantes. Todos pueden interactuar simultáneamente, aunque se encuentren en ubicaciones distintas, el Google Meet es una herramienta eficiente para videoconferencias.

HD2 La frecuencia de uso de los smartphones en el ámbito laboral puede variar según la industria, la región y el tipo de trabajo. Sin embargo, en general, los smartphones son una herramienta tecnológica fundamental en el entorno laboral actual. Se emplean de manera continua para gestionar correos electrónicos y aplicaciones de mensajería instantánea, empleada tanto para la comunicación como para el envío de archivos, órdenes de compra y coordinaciones con clientes. El uso de smartphones en el entorno laboral se ha vuelto habitual, ya que facilita la comunicación, la gestión de tareas y el acceso a información en tiempo real. En general, los smartphones se han convertido en una herramienta esencial para la mayoría de los profesionales en el contexto laboral actual.

HD3 Para nadie es ajeno que Google Drive es una herramienta muy utilizada en el marketing organizacional esto se debe a sus capacidades colaborativas y de almacenamiento en la nube. En este caso se detalla cómo Google Drive resulta ser una herramienta de suma importancia en este rubro, se usa en trabajo remoto ya que almacena y comparte archivos a través de internet desde cualquier parte donde uno se encuentre lo cual es ideal para equipos distribuidos o que trabajan de manera colaborativa y remota, además su espacio de almacenamiento de Google Drive ofrece diversos niveles de almacenamiento según el plan de Google Workspace, lo que es crucial para las labores de marketing organizacional, brinda acceso y colaboración que facilita el almacenamiento y el acceso a información de campañas y reportes, esto da pie a que cualquier miembro del equipo colabore en tiempo real con actualizaciones

constantes, también brinda y ayuda a gestionar el historial de cambios, corrige versiones anteriores si fuera el caso necesario. En síntesis, Google Drive es esencial para la colaboración en marketing organizacional debido a su interactiva y efectiva integración con otras herramientas de Google Workspace, lo que optimiza y agiliza siendo eficiente para el trabajo en equipo, en cuanto al entorno laboral moderno.

EC1 Para determinar si los colaboradores de Crespal están capacitados para utilizar una plataforma B2B en el marketing organizacional, se deben considerar varios aspectos claves. En primer lugar, capacitación específica, lo cual se basa en verificar si se ha ofrecido formación detallada sobre la plataforma B2B. Luego, habilidad técnica, consiste en evaluar el nivel de competencia técnica de los colaboradores con herramientas digitales y plataformas B2B. Después, Experiencia previa, considerar la experiencia anterior de los colaboradores con plataformas B2B similares y su capacidad para aplicar ese conocimiento a la plataforma de Crespal. Por último, evaluaciones y feedback, revisar si se han realizado evaluaciones de competencia y si se ha recibido retroalimentación sobre la efectividad de la capacitación. Si Crespal ha abordado estas variables de manera efectiva, sus trabajadores tienen que estar bien capacitados para usar la plataforma B2B en marketing organizacional. La capacitación adecuada es esencial para el éxito, y el soporte técnico y los tutoriales deben estar disponibles para solucionar dudas y emplear las correctas actualizaciones. Finalmente, una buena evaluación y formación de la plataforma B2B son cruciales para maximizar la efectividad y el retorno de inversión en marketing, Crespal utiliza esta plataforma para ofrecer productos y servicios personalizados, mejorando el control de ventas y la información sobre pedidos, esto hace viable el contacto con grandes entidades y ayuda a mantener un equilibrio integral en las operaciones y mejorar la eficiencia en equiparación con farmacias pequeñas.

SM1 Los mensajes automatizados en Facebook pueden ser muy útiles y eficaces para gestionar acuerdos de trabajo en

equipo y campañas internas en una empresa, mayormente en el ámbito del marketing organizacional, estos mensajes nos brindan una adecuada optimización en cuanto a comunicación, también mejoran la eficiencia y facilitan la gestión de campañas, al integrar mensajes automatizados con sistemas CRM, se puede brindar una calidad en la comunicación con los clientes tanto en campañas y en el servicio postventa, además de implementar bots para responder preguntas frecuentes, los colaboradores utilizan estos mensajes para organizar impulsos, administrar campañas y asegurar una comunicación asertiva y eficiente. La clave es implementar y mantener estos sistemas para que estén alineados con los objetivos de marketing y las necesidades del equipo. Aunque su implementación puede ser lenta si no se da una correcta distribución entre los colaboradores, su uso adecuado es primordial para ofrecer un buen servicio y fidelizar a los clientes.

SM2 LinkedIn es una plataforma que da una utilidad muy buena, con el fin de renovar las relaciones profesionales y el crecimiento profesional en la empresa Crespal, e igual en otras muchas empresas, los colaboradores de Crespal logran usar la plataforma para el Networking, administrar las relaciones profesionales y edificar un distintivo personal, aunque el uso de LinkedIn es opcional y depende de ciertas decisiones individuales. La plataforma brinda oportunidades para extender contactos, reclutar talentos y fortificar la figura profesional, esto ayuda al crecimiento de la empresa. En Crespal, LinkedIn se utiliza ampliamente para establecer contactos, incrementar ventas y generar oportunidades de negocio. Esta plataforma ayuda al intercambio de información y a la buena comunicación, ayudando a los empleados a construir redes profesionales y contribuyendo a ser más visibles en el sector empresarial.

SM3 El uso de Instagram en la empresa es de gran utilidad porque ayuda el entendimiento del trabajo en equipo de todos los colaboradores fomentando una cultura laboral desde un punto de vista para conocerse mejor, donde esta red social permite establecer buenas relaciones en el mediano plazo que plasma la vida laboral de manera directa sobre

sus logros y éxitos, pero también la vida privada de los trabajadores va en separado para no tener algún desafío que pueda alterar la vida de los colaboradores. También, ayuda a tener visualizaciones entre los miembros del equipo, como publicaciones constantes de campañas y tareas que incluye de manera objetiva sus inquietudes laborales en un ambiente cultural laboral, la vida privada de los trabajadores no puede verse afectada porque no es obligatorio usar esta red social, pero si es opcional de cada colaborador.

SM4

Los Chatbots en WhatsApp en la actualidad están muy utilizados donde la inteligencia artificial (IA) automatiza mensajes las 24 horas del día, en donde cada colaborador o la persona responsable configura para una buena atención al cliente, pero en coordinación con los miembros del equipo a ofrecer una calidad de servicio personalizados por medio del Chat Bot, permitiendo a la vez la reducción de tareas por la eficiencia y eficacia de esta tecnología innovadora mejorando la calidad laboral de los trabajadores en beneficio de la organización que favorece y tener otros ideas innovadoras con el asistente virtual configurado al contexto de la empresa. Por otro lado, al no tener un asistente virtual basado en IA, tener reuniones periódicas que permite la eficiencia para lograr los objetivos con buenas estrategias de relaciones en equipo se logra un marketing efectivo, a la falta de tecnología innovadora se opta por capacitaciones constantes mejorando las relaciones para mantenerse firme en el mercado que es el objetivo.

4.3. Interpretación de los Hallazgos (Categorías)

4.3.1. Base de Datos

Se aborda la utilización de almacenamiento en la nube en el marketing organizacional y también con el uso de la Big Data on-premise para generar soluciones de datos en la empresa para una mayor seguridad de archivos almacenados de importancia.

Los beneficios de tener almacenamiento en la nube con un control de accesible remoto para actualizar datos, esto permiten a los procesos de marketing entra a información desde cualquier lugar en un tiempo ilimitado, donde los equipos se trabajan en paralelo en áreas correspondidas, para luego ser distribuidas en otras áreas generando lograr que todos estén conectados de manera actualizada. Asimismo, se adaptan con flexibilidad para un almacenamiento en la nube que absorbe herramientas en marketing donde las empresas se adaptan con facilidad y rapidez en un mercado cambiante manejando grandes volúmenes de datos con eficiencia.

En la elección de proveedores es diversa para un servicio en la nube, como la Amazon Web Services (AWS) que son de grandes empresas y otras opciones muy adaptables como la IBM para pequeñas empresas, estas elecciones de proveedores se basa al criterio de la empresa como la flexibilidad y elección integral de otras herramientas. Las garantías de proveedores de servicio en la nube establecen el aprovisionamiento, estar actualizados con hardware, con un diseño operativo con un software de almacenamiento en la nube, dando mejoría a la empresa con responsabilidad.

Con una gestión y seguridad para protegerse de los ciberataques el almacenamiento en la nube es vital y crucial en proteger archivos de suma importancia que puedan minimizar el riesgo de un ciberataque que pueda vulnerar información valiosa en las empresas. En

sistemas de gestores de datos (DBMS) utilizan estas empresas para almacenar, actualizar y distribuir los datos de manera ordenada, donde este sistema brinda el acceso y la gestión de datos en cualquier servidor para un trabajo en conjunto con otros servidores distribuidos en línea.

Para soluciones de Big Data on-premise se ofrece proveedores y plataformas donde las empresas adquieren y optan por soluciones Big Data on-premise que son de manera rústicas en plataformas para gestionar con análisis en grandes volúmenes, la elección de este proveedor depende de las tareas laborales específicas de la empresa. Para un análisis en marketing estos proveedores de Big Data on-premise mencionados están incluidos herramientas para analizar datos, demandas oportunas en ventas a clientes personalizados y verse competitivo duradero en el marketing organizacional. También, existe la desventaja en los almacenamientos de servidores locales (PC) donde las actualizaciones de datos son vulnerables a virus y otros ataques de amenazas en la seguridad de datos.

Es importante la utilización de almacenamiento en la nube en el marketing organizacional por ser ventajoso en fácil accesibilidad, flexibilidad y seguridad. Por otro lado, las soluciones Big Data on-premise son muy relevantes para empresas con mucha dinámica de velocidad en análisis de datos para tener un control a riesgos que son comunes y parecidos a los almacenamientos en la nube de datos. Estas elecciones de proveedores entre almacenamiento en la nube y configuraciones on-premise estará decidida por las labores específicas y criterio de cada empresa.

4.3.2. Herramientas Digitales

Google Meet es una herramienta de videoconferencia que proporciona una calidad destacada tanto en video como en audio de alta definición (HD) para video y la claridad del

audio, por eso es importante evaluar si la estabilidad del video y audio se mantiene durante las reuniones o si se experimentan problemas como retrasos, congelamientos o distorsiones. Esto afecta directamente la eficiencia de la herramienta, Google Meet es eficiente porque permite a los usuarios conectarse fácilmente desde cualquier dispositivo, incluyendo Smartphones, lo que facilita su uso mientras se realizan otras tareas. También destaca la capacidad de integrar a personas que no están físicamente presentes, permitiendo la interacción simultánea de varios usuarios y la participación en auditorías digitales, lo que facilita su uso en entornos empresariales. Sin embargo, se recomienda realizar pruebas detalladas para asegurar que las funciones clave (cámara, altavoz, micrófono) funcionen correctamente y Finalmente, Google Meet es una herramienta útil para la colaboración remota en tiempo real, permitiendo a los equipos compartir ideas y soluciones sin necesidad de estar presentes en una misma sala, lo que mejora la eficiencia del trabajo en equipo, en resumen, la eficiencia de Google Meet depende de su calidad audiovisual, estabilidad, usabilidad y su integración con otros sistemas de trabajo, lo que lo convierte en una opción recomendada, especialmente en entornos laborales con equipos distribuidos.

Los smartphones son utilizados diariamente y durante largos períodos (más de 4 horas diarias) en diversas tareas laborales, como la comunicación con proveedores, clientes y colegas. Esta herramienta se ha convertido en un recurso clave que permite a los empleados estar conectados constantemente, tanto dentro como fuera de la oficina ya que facilitan la gestión de tareas diarias al permitir el acceso rápido y en tiempo real a correos electrónicos, archivos y aplicaciones de mensajería, los smartphones permiten a los trabajadores realizar sus tareas desde cualquier lugar, lo que optimiza la flexibilidad en la comunicación y la colaboración. El hecho de que la empresa proporcione smartphones a cada empleado subraya

su importancia en las operaciones diarias, asegurando que los empleados puedan gestionar sus responsabilidades sin limitaciones físicas, también permiten el intercambio rápido de información, como la descarga y envío de archivos o imágenes de productos, lo que mejora el servicio al cliente y facilita las ventas. Esto genera una mayor eficiencia y agilidad en la interacción con proveedores y clientes, lo que a su vez beneficia la competitividad de la empresa, concluimos con mencionar que el uso de smartphones en el entorno laboral no solo es muy frecuente, sino también indispensable para mejorar la eficiencia, la comunicación y la flexibilidad en las relaciones laborales. Se convierten en una herramienta esencial para el trabajo moderno, permitiendo a las empresas mantenerse conectadas y operar en tiempo real.

Google Drive en el ámbito del marketing organizacional, identificando varios hallazgos importantes sobre su uso y eficacia: se presenta como una herramienta colaborativa clave en marketing, permitiendo a los equipos trabajar simultáneamente en documentos, archivos de campaña y reportes. Esta capacidad de edición en tiempo real mejora la eficiencia, la herramienta es ideal para equipos distribuidos o que trabajan de forma remota, ya que permite almacenar y acceder a archivos desde cualquier ubicación con conexión a internet, lo que facilita el acceso y la gestión de la información en cualquier momento. Además, su función de historial de versiones permite revisar y corregir documentos anteriores, lo cual es útil en el proceso de refinamiento de estrategias y proyectos, Esta integración facilita la gestión de documentos y recursos, mejorando la productividad y asegurando una mayor coherencia en las campañas y proyectos, el uso de Google Drive no solo permite almacenar documentos de manera segura, sino también buscar y acceder a ellos fácilmente desde cualquier dispositivo, ya sea un ordenador o un móvil. Esto es particularmente útil para los equipos de marketing que necesitan ser ágiles y brindar

respuestas rápidas a clientes o compañeros de trabajo, concluimos mencionando que los hallazgos del texto subrayan que Google Drive es una herramienta imprescindible para el trabajo colaborativo en el marketing organizacional.

4.3.3. E. Commerce

Se comienza con capacitaciones constantes sobre los trabajadores de Crespal se debe asegurar que hayan recibidos capacitaciones exclusivas sobre la plataforma B2B que utilizan. Es vital importancia para dar garantías en el área correspondidos de fácil manejo y efectivo con las normas de manejo al máximo. Tener técnica y experiencia es esencial en habilidades técnicas en los colaboradores con el uso de herramientas digitales y la plataforma B2B. Además, las experiencias de los trabajadores con otras plataformas similares pueden generar un impacto positivo aportando en adaptarse con capacidades y manejar todo su potencial en conocimientos en la plataforma específicas de Crespal.

Las evaluaciones con feedback dan una efectividad para las capacitaciones diarias en periodos, donde las evaluaciones son revisadas para tener una competitividad que hayan recibidos en sus entrenamientos periódicas, estas retroalimentaciones es vital importancia para dar ajustes y dar seguridad y garantía en la formación de los colaboradores con buen entrenamiento. Se da un soporte técnico actualizado constante con diseños de tutoriales para cualquier duda mientras se van asesorando en el uso de la plataforma B2B. Además, estar al día estas plataformas actualizadas se invierte que garantizan una eficiencia y efectividad en el marketing organizacional.

El uso correcto de las plataformas B2B en los colaboradores en trabajo en equipo de Crespal es importante porque optimiza la efectividad y un nuevo comienzo a invertir en el marketing. Una buena capacitación adecuada va a permitir a los trabajadores un proceso en

la funcionalidad del manejo en la plataforma en los planes del marketing organizacional, dando un margen maximizado para beneficiarse de la plataforma. De esta manera, la plataforma B2B da todas las facilidades operacionales permitiendo a las empresas registradas en vender productos o servicios en forma eficiente, estas plataformas generan soluciones personalizadas en brindar satisfacciones a los clientes mejorando el manejo a toda información accesible, garantizando las soluciones en ventas y las buenas relaciones con empresas mayores.

Todos los colaboradores y vendedores es importante tener acceso a las plataformas B2B y toda la tecnología en información, esto genera confianza y tener un control en las ventas, generando ideas, acceso a datos, órdenes de compra en línea en donde los vendedores planifican sus ventas en base a estas plataformas B2B, originando un trabajo en equipo horizontal especializado para tratar con entidades grandes como son las cadenas de farmacia con efectividad. En resumen, los colaboradores de Crespal en el marketing organizacional, Crespal debe dar todas las facilidades adecuadas de garantías en capacitar a sus trabajadores, con soporte técnico constantes, revisando todas sus capacitaciones periódicas con plataforma actualizada, ante estas evaluaciones la empresa optimiza su marketing y volver a invertir para sus beneficios.

4.3.4. *Social Media*

Los mensajes automatizados en Facebook tienen que ser eficientes en comunicación y gestión cuando se integran con sistemas de CRM (Customer Relationship Management). La automatización permite una comunicación más rápida y coherente, lo que ayuda a mantener a todos los miembros del equipo informados y alineados. Esto puede ser especialmente beneficioso en campañas de marketing, donde la coordinación y la

consistencia son cruciales, también la optimización del servicio al cliente implemente bots y mensajes automatizados esto ofrece una mejora en cuanto al servicio al consumidor, ofreciendo respuestas rápidas a preguntas continuas y gestionar solicitudes, facilitar el contacto postventa, la coordinación interna se ve mejorada y beneficia la comunicación externa con los clientes al proporcionar una forma estandarizada y eficiente de comunicación. En Crespal aunque, los mensajes automatizados ofrecen numerosas ventajas, también presentan desafíos, como la posibilidad de lentitud en la implementación, además la capacitación si no es la correcta para que el personal pueda manejar estas herramientas de manera efectiva, puede jugar en contra por eso es muy importante que los sistemas estén actualizados y alineados es crucial implementarlos correctamente y mantenerlos adecuadamente con los objetivos y las necesidades del marketing para su óptima maximización. En síntesis, los mensajes automatizados en Facebook ofrecen una mejora en comunicación y gestión de campañas, en el equipo y con los clientes. Sin embargo, su éxito debe basarse en tener un funcionamiento y mantenimiento cuidados para que se garantice y se cumpla los objetivos trazados.

Actualmente, LinkedIn es una herramienta clave para optimizar las relaciones laborales en Crespal y otras empresas. Los colaboradores de Crespal emplean LinkedIn para Networking, gestión de relaciones profesionales y desarrollo de su marca personal, esta plataforma simplifica la conexión con los compañeros, los contactos van en aumento y edificación de redes profesionales, permitiendo a los empleados ampliar su presencia profesional y conexión. Crespal permite el uso libre de LinkedIn por parte de sus trabajadores, estimulando una cultura empresarial en la que el uso de la plataforma no es una obligación es una decisión personal. Tal es así, que los empleados aprovechan LinkedIn para

construir su marca personal, reclutar talento, interactuar con clientes y socios, y crear oportunidades de negocio. La mayoría de los empleados de Crespal acceden a usar LinkedIn para crear redes profesionales, optimizar su liderazgo, aumentar ventas y obtener información relevante sobre otras empresas y profesionales del sector. Este uso de LinkedIn contribuye a una imagen profesional más firme tanto dentro como fuera de la empresa y facilita experiencias laborales y empresariales positivas.

El uso de Instagram por parte de los empleados de Crespal ofrece ciertos beneficios en cuanto a la mejora laboral y relación del equipo, la plataforma, al ser visual y social, afianza y hace un ambiente amigable que permite que los colaboradores se conozcan mejor, dando una cultura empresarial positiva y fomentando la colaboración. Además, puede ser útil para renovar el perfil laboral y aumentar la competitividad en ventas. Sin embargo, también presenta desafíos, como problemas de privacidad y la necesidad de mantener una separación entre la vida personal y profesional. La implementación de esta estrategia debe ser de manera opcional y tratar de respetar las preferencias del provecho, con políticas claras y un enfoque inclusivo. Para sacar el máximo provecho de Instagram de manera efectiva, se recomienda publicar contenido de calidad de manera regular, crear una identidad visual coherente y utilizar las funciones de la plataforma, como las historias, para mantener una interacción activa con el público. Esto puede dar una mejora al entorno laboral, el marketing y la rentabilidad para la organización y sus empleados, siempre y cuando el uso sea con respeto y cuidado ya que es decisión de cada personal de la empresa.

La implementación de un Chat Bot en WhatsApp como asistente virtual ofrece numerosos beneficios para las empresas. Este Chatbot ayuda a tener una comunicación asertiva, gestionan consultas, automatizan procesos y están disponibles las 24 horas del día,

lo que mejora la productividad y eficacia al conceder que los colaboradores de la empresa están concentrados en tareas de mayor complejidad. Además, proporcionan soporte técnico, distribuyen información en tiempo real, y ofrecen respuestas personalizadas a colaboradores y a clientes. Sin embargo, si una empresa no cuenta con un asistente virtual, será necesario ajustar estrategias y procesos manuales para mantener la eficiencia, esto significa optimizar los procesos, preparar adecuadamente al personal y utilizar herramientas efectivas de comunicación y gestión, podemos recalcar que la capacitación y la adaptación proactiva y productiva son clave para asegurar el funcionamiento efectivo del equipo en ausencia de tecnología avanzada. La implementación de Chat Bot en WhatsApp mejora la eficiencia operativa al permitir una interacción más directa y adaptada a las necesidades diarias del personal, haciendo la transición de lo tradicional a lo digital más beneficiosa.

4.4. Aporte Teórico

Esta investigación tiene como aporte teórico en las cuatro categorías y las subcategorías identificado en la tabla de sistema de categorías.

El almacenamiento en la nube ofrece muchas ventajas como tener una accesibilidad vía remota en equipo colaborativo, la flexibilidad sincronizada de información en línea, la seguridad para empresas pequeñas o Pymes que se sostienen con soluciones para escalar y protección de archivos importantes de algún virus. Por otro lado, la Big Data On-Premise facilita un análisis de datos veloz y detallado, pero muy propensos a riesgos de seguridad altos. Las empresas se adecuan según sus criterios específicos como flexibilidad, el precio del proveedor y su información de análisis.

En el ámbito del marketing organizacional, las grandes empresas tecnológicas aprovechan herramientas como Google Meet para facilitar la gestión de datos y la comunicación en equipo.

Esta plataforma permite la realización de videoconferencias instantáneas, incluso desde dispositivos móviles, permitiendo que los usuarios se conecten y colaboren en tiempo real desde cualquier lugar. Los Smartphones, por su parte, se han convertido en una herramienta esencial en el entorno laboral, usados no solo para la comunicación por correo electrónico y mensajería instantánea, sino también para la gestión de tareas y el envío de archivos, por otro lado, Google Drive también juega un rol fundamental en el marketing organizacional, ya que facilita el trabajo remoto y colaborativo mediante su capacidad de almacenamiento y compartición de archivos en la nube. Es ideal para equipos distribuidos, ya que permite a los miembros colaborar en tiempo real con acceso a documentos y la posibilidad de revisar y gestionar cambios.

Es importante para la empresa capacitaciones periódicas de la plataforma B2B es vital para una tener una seguridad donde los trabajadores utilicen con eficacia las herramientas en plataformas B2B con sus evaluaciones rígidas y normas técnicas. Las evaluaciones constantes y el feedback facilita un entrenamiento con buena información. Además, con buenos tutoriales diarios y un buen soporte técnico actualizado son capaces de resolver toda duda y optar por el uso de la plataforma. Un buen rendimiento capacitado para el manejo del B2B da buenos resultados en marketing organizacional en relación con la empresa y los clientes.

Los Mensajes Automatizados en Facebook, deben ser eficaces para integrar sistemas de CRM, ofreciendo comunicación rápida y consistente, benefician a la gestión de campañas de marketing y servicio al cliente aportando respuestas inmediatas, también mantienen a todos los miembros del equipo informados. No obstante, su implementación puede ser lenta y requiere capacitación adecuada para evitar problemas. Haciendo mención de LinkedIn en Crespal es crucial para la buena gestión de relaciones profesionales, a la par ayuda al desarrollo de marca personal,

los trabajadores de Crespal lo usan eficazmente para ampliar redes, reclutamiento de personal, interacción con clientes y crear oportunidades de negocio.

Por otro lado, Instagram ayuda a mejorar el ambiente de trabajo al ser una plataforma visual y social que fomenta la colaboración y el conocimiento entre compañeros, se recomienda publicar contenido de calidad regularmente y mantener una identidad visual coherente. Por último, los Chatbots en WhatsApp mejoran la comunicación y la gestión al automatizar consultas y procesos, además de estar disponibles 24/7. Esto genera un aumento en cuanto a productividad ya que libera tiempo para tareas más complejas y da el soporte técnico adecuado. Sin embargo, sin un asistente virtual es de suma importancia que se ajusten estrategias y procesos manuales, mejorando la formación y el uso de herramientas de comunicación.

4.5. Aporte Práctico

Para el marketing organizacional, almacenamiento en la nube muestra acceso y trabajo colaborativo en tiempo real, al contrario de la Big Data on-premise manipula un análisis exhaustivo en grandes volúmenes de datos de manera directa. La empresa debe elegir entre ambos que sea acorde de acuerdo a criterios específicos y la dirección de operaciones según la seguridad de cada entidad privada. Google Meet permite realizar reuniones virtuales de manera instantánea, incluso desde Smartphones, lo que mejora la productividad al posibilitar la conexión desde cualquier lugar. Su capacidad para facilitar la interacción simultánea entre equipos ubicados en distintas áreas es clave para la eficiencia organizacional. En entornos laborales donde se requieren videoconferencias frecuentes, Google Meet ofrece una solución práctica, optimizando la comunicación y colaboración, especialmente en equipos remotos o distribuidos.

Es crucial que los trabajadores de Crespal tengan una capacitación constante sobre las plataformas B2B para tener continuidad, efectividad y normas establecidas, una buena experiencia

similares previas en el uso de las plataformas y feedback mejoran las operaciones diarias laborales, el soporte técnico actualizado y tutoriales optimizan una efectividad en las estrategias de marketing organizacional que dan garantías en la eficiencia de la plataforma B2B.

La automatización de mensajes en Facebook, integrada con CRM, mejora la gestión y comunicación de campañas al ofrecer respuestas rápidas y racionales, facilitando la coordinación interna y externa, a la par optimiza el servicio al cliente. Sin embargo, su éxito depende de una implementación adecuada y una capacitación continua. LinkedIn potencia el Networking y el desarrollo profesional, concediendo a los empleados edificando su marca y redes, también para reclutar talento, interactuar con clientes y socios, y crear oportunidades de negocio. Instagram, por su parte, da una cultura empresarial positiva y fomenta la colaboración. Además, puede ser útil para renovar el perfil laboral y aumentar la competitividad en ventas, El uso de chatbots en WhatsApp mejora la eficiencia al automatizar procesos y permitir soporte constante, mejora la eficiencia operativa al facilitar una interacción más directa y ajustada a las necesidades del personal, permitiendo un cambio efectivo de los métodos tradicionales a los digitales.

4.6. Triangulación

En las Tablas 13 al 22 se presentan los resultados resumidos de las entrevistas a los colaboradores de la empresa Crespal.

Tabla 13*Matriz de triangulación de resultados Pregunta 1*

Caracteres	Pregunta	Colaboradores					Comparación	Resultados
		1	2	3	4	5		
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Utiliza la empresa un almacenamiento de datos en la nube de manera adecuada para el marketing organizacional, cuál fue el motivo para elegir esta solución?	Una buena efectividad de almacenamiento en la nube en el marketing organizacional es beneficioso, en tiempo real en línea y en equipos dispersos en paralelo. Es crucial tener estas ventajas de gestión detallada al máximo que garanticen que los trabajadores tengan información actualizada.	Existen diversos proveedores de base de datos en la nube ideales para cada empresa. Amazon Web Services (AWS) es adecuado para corporaciones grandes, mientras otras opciones como IBM se adecuan bien a empresas pequeñas, generando flexibilidad y efectividad.	La empresa elige almacenamiento en la nube en el marketing organizacional por ser flexible y fácil de adaptarse con otras herramientas. Permite ante los cambios de mercado con rapidez antes los cambios para operar grandes volúmenes de datos con eficiencia.	La empresa emplea un almacenamiento en la nube en datos, que delega al proveedor actualizar y el mantenimiento del hardware, operaciones entrelazadas y basa esta elección en decisiones estratégicas.	El almacenamiento en la nube es crucial porque protege archivos de importancia por ciberataques y garantiza información valiosa de la empresa. Proveedores como IBM son de excelentes servicios de seguridad y garantía con efectividad estratégica.	Coinciden tres colaboradores en el proveedor IBM. Tres colaboradores dicen estar de acuerdo en la efectividad. Cuatros colaboradores coinciden en que el almacenamiento en la nube es importante en diferentes aspectos.	La mayoría está de acuerdo en utilizar con garantía y seguridad el almacenamiento en la nube y los cambios que son favorables de esta tecnología.

Tabla 14*Matriz de triangulación de resultados Pregunta 2*

Colaboradores								
Caracteres	Pregunta	1	2	3	4	5	Comparación	Resultados
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Con qué proveedor de soluciones de Big Data on-premise se relaciona la empresa para el marketing organizacional?	La empresa se relaciona con una Big Data on-premise se refiere a grandes empresas tecnológicas que ofrecen plataformas robustas para la gestión, esto puede variar según los criterios específicos de la empresa.	Crespal utiliza un proceso en almacenamiento de datos (DBMS) en un software que se sostiene para actualizar y distribuir información de forma organizada, esto facilita conectar en varios servidores a la vez.	La empresa dispone de varias opciones para asociarse con un proveedor de soluciones Big Data on-premise, cada una con características y beneficios estratégicos, según necesidades particulares y análisis de datos.	En el ámbito de Big Data on-premise, la empresa se vincula con diversos proveedores en su marketing organizacional, se adecuan según sus demandas en el mercado.	Se puede señalar al proveedor de ordenadores locales de almacenamiento de datos el DBMS guarda archivos en forma conjunta y actualizados, se trabaja en forma paralela con otros servidores en línea, pero pueden sufrir ciberataques.	Coinciden todos en el uso de la Big Data on-premise para una gestión de datos, pero difieren en proveedores, seguridad y adaptabilidad. Además, dos colaboradores coinciden en implementar DBMS.	Para una buena gestión se basa en mejorar la seguridad de almacenar datos importantes no hay ningún proveedor específico.

Tabla 15*Matriz de triangulación de resultados Pregunta 3*

Caracteres	Pregunta	Colaboradores					Comparación	Resultados
		1	2	3	4	5		
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Cómo evaluarías la eficiencia de la herramienta Google Meet?	Evaluar la eficiencia de Google Meet implica analizar su rendimiento, usabilidad y soporte. Factores clave incluyen la calidad de video y audio, generalmente en alta definición, y la estabilidad, considerando posibles problemas como retrasos o distorsiones, influenciados por la conexión y el hardware.	Es eficiente porque permite reuniones instantáneas desde cualquier lugar, incluso desde un Smartphone mientras se realizan otras tareas. Facilita la interacción simultánea entre participantes ubicados en distintas áreas, permitiendo discutir temas importantes en auditorías completamente digitales.	Google Meet es eficiente para videoconferencias, especialmente dentro del ecosistema de Google Workspace. Sin embargo, es importante realizar una evaluación detallada para determinar si es la mejor opción según las necesidades específicas de tu organización.	Para evaluar la eficacia de Google Meet, realiza varias pruebas: activa y verifica la cámara, revisa que el altavoz ofrece sonido claro y sin interrupciones, y asegúrate de que el micrófono capte el audio correcto. Estos pasos optimizan las reuniones.	Esta herramienta, ampliamente utilizada en el ámbito laboral, facilita la colaboración simultánea entre los miembros del equipo desde cualquier lugar. Permite compartir ideas y soluciones en tiempo real, sin necesidad de que todos estén presentes, mejorando así el trabajo.	Los cinco colaboradores coinciden al expresar que el uso adecuado del Google Meet, facilita el trabajo en equipo.	Para reuniones instantáneas, el Google Meet es una herramienta eficiente.

Tabla 16*Matriz de triangulación de resultados Pregunta 4*

Colaboradores								
Caracteres	Pregunta	1	2	3	4	5	Comparación	Resultados
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Con qué frecuencia utilizan los smartphones en las relaciones laborales?	El uso de smartphones en el trabajo varía según la industria y la región, pero son esenciales en el entorno laboral actual. Se utilizan para gestionar correos y aplicaciones de mensajería como Slack y WhatsApp, manteniendo a los empleados conectados con colegas y clientes.	Es una herramienta digital utilizada diariamente para la comunicación y el envío de archivos, órdenes de compra y coordinaciones con clientes. Por esta razón, la empresa proporciona un Smartphone a cada trabajador para facilitar estas actividades.	Los smartphones son comunes en el ámbito laboral, ya que facilitan la comunicación, la gestión de tareas y el acceso a información en tiempo real. Se han convertido en un recurso esencial para la mayoría de los profesionales en el entorno laboral actual	En la empresa, el uso de smartphones supera las 4 horas diarias, principalmente para comunicarse con proveedores y otras personas externas. Este tiempo se destina a facilitar la interacción y gestión de relaciones laborales con terceros	El uso de smartphones es variable, ya que permiten consultar correos, descargar archivos y compartir datos con otros dispositivos, facilitando la coordinación con superiores. Se utilizan frecuentemente para gestionar órdenes de compra y enviar imágenes de productos rápidamente a los clientes, mejorando el servicio.	Coinciden los colaboradores al indicar que los Smartphones son esenciales para el entorno laboral.	Los Smartphones facilitan la comunicación y la gestión de tareas en el trabajo.

Tabla 17*Matriz de triangulación de resultados Pregunta 5*

Colaboradores								
Caracteres	Pregunta	1	2	3	4	5	Comparación	Resultados
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Utilizan Google Drive para trabajar en equipo en el marketing organizacional de la empresa?	Sí, Google Drive es ampliamente utilizado en marketing organizacional por sus características colaborativas y de almacenamiento en la nube. Facilita el trabajo remoto al almacenar y distribuir archivos a través de Internet, siendo ideal para equipos distribuidos que trabajan a distancia.	Es habitual en la empresa porque permite almacenar información de campañas y reportes, accesible para todos los colaboradores en tiempo real. Google Drive ofrece actualizaciones constantes y gestión del historial de contenidos, permitiendo corregir versiones anteriores si es necesario.	Sí, Google Drive es una herramienta popular en empresas para la colaboración en marketing organizacional. Permite trabajar en tiempo real y gestionar documentos, y su integración con Google Workspace la hace ideal para equipos de marketing que necesitan coordinar proyectos de manera eficiente.	La empresa utiliza Google Drive para almacenar documentos, facilitando su acceso tanto en casa como en la oficina. Esta herramienta es esencial con conexión a Internet, ya que proporciona una solución práctica y eficiente para gestionar y consultar información desde cualquier lugar.	Google Drive facilita el trabajo en equipo al permitir que los empleados almacenen y editen archivos simultáneos. Esto ahorra tiempo, ya que se puede acceder desde ordenadores o móviles, permitiendo corregir información útil para los clientes, que es el objetivo principal de la empresa.	Los cinco colaboradores mencionan que Google drive es utilizado en las empresas donde trabajan.	Google drive permite almacenar y editar la información entre colaboradores en tiempo real.

Tabla 18*Matriz de triangulación de resultados Pregunta 6*

Colaboradores								
Caracteres	Pregunta	1	2	3	4	5	Comparación	Resultados
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Están capacitados los colaboradores de la empresa para utilizar la plataforma B2B en el marketing organizacional de Crespal?	Es importante verificar, evaluar, considerar el nivel de capacitación del uso de plataforma B2B con su respectiva feedback de manera efectiva para garantizar y dar seguridad al marketing organizacional.	Los trabajadores están capacitados para las plataformas B2B con un buen soporte técnico constante y antes las dudas están los tutoriales actualizados para solucionar problemas que suscitan de último momento antes los cambios inesperados.	Es crucial las capacitaciones para el manejo de la plataforma B2B que permite optimizar y dar efectividad para un retorno de inversión en marketing. Se evalúa con entrenamientos con la finalidad del buen funcionamiento con estrategia.	La empresa utiliza plataforma B2B ayuda y facilita en los negocios organizacionales que estén afiliadas generando y ofreciendo productos y servicios que dan soluciones en la medida para satisfacer a los clientes post ventas.	También afecta otras áreas como los vendedores que desean tener conocimientos de plataforma B2B que desean ser capacitados y tener información de pedidos sobre ventas y que los ayude a tener ideas para un convenio asegurado con los clientes.	Se coincide que todos los trabajadores están bien capacitados para el uso del B2B. El entrenamiento y tutoriales es importante para un éxito asegurado con efectividad en las estrategias de marketing.	El uso de la plataforma B2B es crucial para operar en línea en tiempo real, seguridad, efectividad, soporte técnico y capacitaciones constantes.

Tabla 19

Matriz de triangulación de resultados Pregunta 7

Caracteres	Pregunta	Colaboradores					Comparación	Resultados
		1	2	3	4	5		
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Utilizan los colaboradores mensajes automatizados en Facebook para gestionar acuerdos de trabajo en equipo o campañas dentro de la empresa?	Sí, los colaboradores utilizan mensajes automatizados en Facebook para gestionar acuerdos de trabajo en equipo y campañas dentro de la empresa, es muy importante ya que esta práctica resulta efectiva, y da una optimización en cuanto a comunicación adecuada o asertiva, a la par mejora la eficiencia y facilita la gestión de campañas y colaboraciones dentro de la empresa.	Los colaboradores utilizan mensajes automatizados en Facebook para gestionar campañas dentro de la empresa, estos mensajes, enviados a través de CRM, mejoran la comunicación con los clientes y se usan para la posventa, la idea es fidelizarlos. Además, los Bots son cruciales ya que ayudan a ofrecer un buen servicio, la colaboración y coordinación en equipo es crucial.	Efectivamente los trabajadores utilizan mensajes automatizados en Facebook para coordinar acuerdos de trabajo en equipo y gestionar campañas dentro de la empresa. Esta herramienta permite una comunicación coordinada y da ventaja en eficiencia, coherencia y escalabilidad. Es esencial continuar implementando y manteniendo estos sistemas.	Los colaboradores de Facebook utilizan mensajes automatizados para gestionar acuerdos de trabajo, verificar códigos y emitir mandatos, la importancia de esto es la optimización, esto ayuda que la comunicación sea buena y mejora la eficiencia de la gestión de tareas y la buena comunicación.	Los colaboradores utilizan mensajes automatizados en Facebook, aunque de manera lenta debido a la poca participación, se examina mejorar la comunicación en torno a las ventas o campañas de forma dinámica, siendo fundamental que sea a través del trabajo en equipo, ofreciendo un buen servicio y se logre fidelizar a los clientes, como prioridad fundamental.	Coinciden que los colaboradores usan mensajería automatizadas de Facebook para una mejora continua y buena comunicación dentro del equipo, tanto en campaña como post ventas con buen servicio.	Hay satisfacción por el trabajo en equipo, gestiones en campañas, comunicaciones entre trabajadores y el servicio es muy importante hacia el cliente.

Tabla 20

Matriz de triangulación de resultados Pregunta 8

Caracteres	Pregunta	Colaboradores					Comparación	Resultados
		1	2	3	4	5		
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Utilizan los trabajadores de Crespal LinkedIn para mejorar sus relaciones laborales?	Los empleados de Crespal aprovechan LinkedIn para fortalecer sus vínculos laborales y profesionales. Esta plataforma es un recurso valioso para establecer contactos, gestionar relaciones profesionales y construir la marca personal, es realmente práctico y de mucha ayuda lo que es común en muchas empresas.	Los trabajadores de Crespal utilizan LinkedIn para mejorar sus relaciones laborales, esta plataforma facilita el buen diálogo con colegas y el aumento de contactos, lo cual contribuye al desarrollo organizacional. Crespal fomenta una cultura empresarial que permite a sus empleados usar libremente esta herramienta para mejorar sus relaciones laborales e impulsar su crecimiento profesional.	En Crespal utilizan LinkedIn para mejorar sus relaciones laborales y profesionales, Crespal permite a su personal acceder a esta plataforma, ofrece numerosas oportunidades de redes al edificar una marca personal, reclutar talento y relacionarse con socios y clientes, los empleados pueden reforzar su presencia profesional, expandir sus conexiones y contribuir al éxito de la empresa.	La mayoría de los empleados de Crespal aprovechan LinkedIn para fortalecer sus vínculos profesionales, aumentar su visibilidad, fomentar su liderazgo, expandir su red de contactos y generar nuevas oportunidades de negocio, a la par establece contactos profesionales, incrementa las ventas y genera oportunidades de negocio.	Los trabajadores de Crespal utilizan LinkedIn para mejorar sus relaciones laborales. Esta plataforma mejora la comunicación entre ellos, se refleja un aumento de contactos y el acceso a información sobre otras empresas y profesionales, esto les permite generar tráfico, lo que se basa en hacerse conocidos y mantener una imagen adecuada tanto a nivel profesional como personal.	Coinciden en el uso de la plataforma para aumentar tráfico en sus perfiles profesionales, se conocen mejor, oportunidades para hacer relaciones positivas y mejora la comunicación abierta con cultura organizacional.	Mantienen contacto con otras entidades y las buenas relaciones dentro y fuera de la empresa con total libertad para el desarrollo personal y laboral.

Tabla 21

Matriz de triangulación de resultados Pregunta 9

Caracteres	Pregunta	Colaboradores					Comparación	Resultados
		1	2	3	4	5		
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Deberían los colaboradores manejar una cuenta de Instagram para conocerse mejor?	Los colaboradores para conocerse mejor traen beneficios, aunque también presenta ciertas consideraciones, al ser una plataforma social, Instagram fomenta una buena cultura de relaciones en equipo dentro del trabajo. Sin embargo, su efectividad dependerá de cómo se utilice y del contexto de la empresa, teniendo en cuenta que es importante considerar tanto las ventajas como las desventajas	Manejar una cuenta de Instagram es beneficioso y de mucha ayuda para crear un ambiente amigable, y facilitar la comprensión entre los colaboradores, esta plataforma fomenta crear una cultura empresarial que promueva el conocimiento mutuo, fomenta el logro de ventas y oriente a los empleados a ser más competitivos, optimizando ciertas ventajas para la empresa.	Para tenerlo en claro, manejar una cuenta de Instagram ayuda a los colaboradores a identificarse mejor, lo que puede fortalecer la relación personal y la unión del equipo. Sin embargo, también plantea desafíos en cuanto a la privacidad y la separación entre la vida personal y profesional. estableciendo políticas claras y promoviendo un ambiente inclusivo y opcional.	Sí los colaboradores deberían considerar manejar una cuenta de Instagram, ya que esta plataforma permite aprovechar al máximo los recursos, tales como las historias, publicaciones y contenido de calidad de manera regular, también gestiona a crear una identidad visual para su perfil laboral, esto genera a construir conexiones más sólidas entre ellos.	En efecto, los colaboradores deberían manejar una cuenta de Instagram, ya que optimiza la interacción fluida en los aspectos laboral, personal y emocional y hasta profesional, mejora el entorno cultural permitiendo a que el equipo se destaque, promoviendo un marketing colaborativo eficiente. La meta es alcanzar el éxito y la creación de oportunidades rentables.	Coinciden cuatro colaboradores que es beneficioso la unión en equipo con solidez, pero uno se diferencia en cuidar lo personal con lo laboral y promueve el acercamiento entre colaboradores con el objetivo de la empresa para ser rentables en las estrategias de marketing.	Percepción en ventajas y desventajas para el manejo de Instagram en un ambiente de trabajo. Se fomenta el trabajo en equipo en la plataforma.

Tabla 22

Matriz de triangulación de resultados Pregunta 10

Colaboradores								
Caracteres	Pregunta	1	2	3	4	5	Comparación	Resultados
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	¿Consideran que el uso de un chatBot (asistente virtual) en WhatsApp les ayuda diariamente en sus labores? ¿Y cómo podrían adaptarse a la empresa si no tuvieran un asistente virtual basado en inteligencia artificial?	Los chats Bot en WhatsApp gestionan consultas en las empresas y son valiosos para facilitar la comunicación. Sin embargo, si no se dispone de un asistente virtual basado en inteligencia artificial, sería necesario desarrollar nuevas estrategias y procesos para seguir manteniendo la eficiencia operativa.	Los chats Bot permiten automatizar mensajes y liberar de tareas simples a los trabajadores, mejorando su enfoque en labores complejas, a la par están disponibles 24/7, ofreciendo soporte técnico y mejorando la comunicación. Además, pueden suministrar información en tiempo real y se adaptan a las necesidades de la empresa a través de capacitación y reuniones periódicas.	Efectivamente, implementar un chat Bot en WhatsApp ofrece múltiples beneficios a los empleados, mejorando la capacidad y comunicación mediante la automatización de procesos. Sin embargo, sin este asistente, es crucial aprovechar los procesos manuales, capacitar adecuadamente y utilizar herramientas efectivas para mantener el rendimiento y eficacia en el trabajo.	El chatBot en WhatsApp facilita la información sobre productos y servicios, convirtiendo la interacción entre clientes y empresa, también ofrece atención al cliente rápida y disponible 24/7, haciendo que la IA sea esencial. Sin un asistente virtual, se recurre a métodos convencionales con capacitaciones efectivas.	En efecto, un asistente virtual en WhatsApp mejora la eficiencia de los mensajes automáticos de Facebook, esto permite a los empleados administrar sus tareas diarias desde sus móviles y resolver contratiempos de manera rápida. La empresa podría adaptarse sin problemas, beneficiándose al pasar de lo tradicional a lo digital.	Coinciden que tres colaboradores optimizan la comunicación para una efectividad, mientras que dos deja al chatBot actuar por sí solo. Sin asistencia virtual pueden optar por lo convencional con capacitaciones cuatro colaboradores, mientras uno dice que es mejor lo tecnológico con IA.	Garantía de efectividad por la IA, simplificación trabajo remoto. Tecnología, beneficios y capacitación convencional.

Conclusiones

1. Se concluye que el propósito general en los factores como percepciones y experiencias de los colaboradores del marketing en la empresa Crespal que adoptaron innovaciones tecnológicas en el marketing organizacional en las categorías como base de datos, herramientas digitales, E. Commerce y social media y subcategorías influyen en sus áreas para obtener buenos resultados lo que es capaz la tecnología para el progreso de sus trabajadores y el buen trabajo en equipo facilitando información valiosa con capacitaciones constantes logrando efectividad y eficacia en tiempo real con beneficios para la empresa y que sirve de investigación a futuras entidades a profundizar sus laborales organizacionales.
2. El uso del almacenamiento en la nube y las soluciones Big Data on-premise son estrategias clave para el marketing organizacional que ofrecen ventajas como accesibilidad y seguridad en datos, con acceso remoto eficiente con información actualizadas en colaboración en equipo ante un mercado competitivo constante y cambiante, Por otro lado, las soluciones Big Data on-premise es también importante para empresas en grandes volúmenes de datos esta elección dependerá de cada organización y con la seguridad en proteger sus datos en sus ordenadores (PC). Ambas herramientas son muy valiosas para las estrategias de marketing, es crucial que las empresas evalúen su proveedor que mejor se adapte en sus operaciones a invertir en esta tecnología, las buenas gestiones de los colaboradores perciben en mejorar la seguridad de almacenamientos en la nube muy importantes en base a sus experiencias, no hay un proveedor específico que puedan adoptar en sus ordenadores para sus estrategias de marketing en el uso de la base de datos.
3. Google Meet, los Smartphone y Google Drive son herramientas fundamentales para la productividad y la comunicación en la empresa Crespal ahora que nos encontramos en la era

digital. Google Meet permite realizar videoconferencias de manera eficiente, facilitando reuniones remotas entre equipos, clases virtuales y otras interacciones a distancia. Los Smartphone han revolucionado la manera en que accedemos a estas herramientas, ya que permiten conectarse desde cualquier lugar, mejorando la flexibilidad y disponibilidad. Google Drive, por su parte, ofrece almacenamiento en la nube, facilitando la compartición, edición y colaboración en documentos de manera instantánea. Los colaboradores se convencen de que las herramientas digitales les convencen en eficacia y eficiencia como el Google Meet les ayuda en sus reuniones virtuales, los smartphones facilitan las comunicaciones y gestiones de trabajo y Google Drive les permite almacenar y guardar información en tiempo real en el marketing organizacional.

4. El manejo continuo y capacitaciones periódicas en los trabajadores de Crespal para el uso de la plataforma B2B es crucial e importante para garantizar la seguridad y su eficacia complementados con la utilización de herramientas digitales. La formación técnica combinadas, las experiencias de los colaboradores a priori, la retroalimentación constante optimiza el rendimiento en equipo, se cumple los estatutos programados con efectividad del marketing organizacional. El soporte técnico constante y recursos actualizados, Crespal no solo depende del buen uso de la plataforma, también estaría fomentando un clima favorable colaborativo que da hegemonía en las relaciones comerciales, en especial las relaciones de objetivos trazados como son las grandes cadenas de farmacias. En definitiva, los colaboradores es salvaguardar una continuidad de posición de la marca en el mercado, es retornar a la inversión en capacitaciones, soporte técnico, efectividad y actualizaciones constantes entre los colaboradores donde es crucial el manejo del B2B en tiempo real.

5. Podemos concluir que, la automatización de la comunicación a través de plataformas como Instagram, LinkedIn, Facebook y WhatsApp ofrece múltiples ventajas significativas para empresas como Crespal, la integración de mensajes automatizados con sistemas de CRM no solo optimiza la gestión de campañas de marketing, a la par mejora la atención y calidad que se le da en atención al cliente en conjunto con la coordinación interna. LinkedIn es fundamental para el Networking y el desarrollo profesional, permitiendo a los empleados expandir sus redes y fortalecer su marca personal. Siguiendo con Instagram fomenta un ambiente laboral colaborativo y positivo, aunque presenta desafíos en términos de privacidad y separación entre lo personal y profesional. Finalmente, la implementación de chatbots en WhatsApp mejora la comunicación y la eficiencia operativa, liberando tiempo para que los empleados se enfoquen en tareas más complejas. La relación de los efectos del social media y la percepción de los colaboradores por la buena satisfacción de trabajo en equipo abreviada y eficaz por las gestiones de campañas, mantener contactos dentro y fuera de la organización con otras compañías para un buen desarrollo personal y laboral, cae algunas ventajas y desventajas como es el Instagram, pero se fomenta las buenas relaciones virtuales y la IA de WhatsApp garantiza un trabajo en remoto efectivo con beneficios tecnológicos con capacitaciones convencionales.

Recomendaciones

1. Se recomienda que las empresas utilicen una estrategia integral como evaluar proveedores para almacenamiento en la nube y soluciones Big Data según las necesidades específicas de cada entidad como Amazon Web Services (AWS) e IBM según el tamaño del negocio, capacitar personal es invertir en el uso de herramientas tecnológicas otorga garantías y seguridad de datos para protección de ciberataques, ser adaptables y flexibles antes los cambios del mercado en soluciones de acceso de datos en tiempo real, el análisis de datos con la herramienta Big Data on-premise se obtiene insights valiosos de los clientes y el mercado permitiendo la empresa ser competitivo para tomas de decisiones eficientes y seguros en sus estrategias de marketing.
2. Google Meet, los Smartphones y Google Drive son herramientas fundamentales para la productividad y la comunicación en la empresa Crespal ahora que nos encontramos en la era digital. Google Meet permite realizar videoconferencias de manera eficiente, facilitando reuniones remotas entre equipos, clases virtuales y otras interacciones a distancia. Los Smartphones han revolucionado la manera en que accedemos a estas herramientas, ya que permiten conectarse desde cualquier lugar, mejorando la flexibilidad y disponibilidad. Google Drive, por su parte, ofrece almacenamiento en la nube, facilitando la compartición, edición y colaboración en documentos de manera instantánea. La integración de estas herramientas crea un ecosistema de trabajo fluido, donde la movilidad y la colaboración remota son posibles, impulsando la eficiencia en entornos laborales y educativos.
3. Crespal debe implementar las capacitaciones constantes y específicas en las plataformas B2B en los colaboradores. Es importante asegurar tener habilidades técnicas con conocimientos que pueden adaptarse con rapidez a esta herramienta. Las evaluaciones continuas con

retroalimentación son vitales para garantizar la efectividad de los colaboradores. Además, con un buen soporte técnico y tutoriales actuales permiten la optimización del uso de la plataforma. La empresa puede retornar a invertir en formar el mejoramiento del rendimiento del equipo, también rendirá en fortalecer las relaciones comerciales y la eficiencia en el marketing organizacional.

4. Se sugiere que Crespal implemente mensajes automatizados en Facebook de manera eficiente, integrándose con sistemas de CRM para mejorar la comunicación y gestión de campañas. Esto permitirá una interacción coherente y rápida, es esencial mantener al equipo alineado y optimizar el servicio al cliente, importante garantizar que los sistemas estén actualizados y que el personal reciba capacitación para maximizar el uso de estas herramientas. Además, se recomienda fomentar el uso de LinkedIn entre los empleados, promoviendo el desarrollo de conexiones laborales y establecer contactos profesionales. Esta plataforma ayuda en el desarrollo de la marca personal, a la par también potencia la imagen profesional de la empresa. En cuanto a Instagram, es aconsejable utilizarla para fortalecer el ambiente laboral y la colaboración entre empleados para que su trabajo sea en equipo, publicar contenido de calidad y mantener una identidad visual consistente, la interacción y la competitividad pueden mejorarse con comunicación efectiva. Finalmente, la implementación de un Chatbot en WhatsApp se considera esencial para aumentar la productividad, maximizar el uso de las herramientas digitales, es necesario que el personal reciba capacitación adicional que se sume a las funciones del asistente virtual.

Referencias

- Aguilar, R., García, N., Díaz, J. y Flores, B. (2023). Características de las Bases de Datos para el Cómputo en la Nube: Un Estudio Secundario. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, no.49. Recuperado de <https://doi.org/10.17013/risti.49.115-130>
- Anderson, R. y Johnston, W. (2020). *Sales force management: Leadership, innovation, technology*. Nueva York: Routledge.
- Arteaga-García, M. y Menéndez-Mera, M. (2021). Redes Sociales: Recurso innovador para emprendedores. *Estudios Gerenciales*, vol. 38, núm. 162, pp. 82-94. Recuperado de <https://bit.ly/4cegQE4>
- Barrientos, M., y Juárez, O. (2020). *Las Redes Sociales como Estrategia de Marketing Digital*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional de Piura, Piura. Recuperado de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2393/FCAD-BAR-JUA-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caballero, B., Pachas, F., Caballero, V. y Silarayan, L. (2023). Google drive y producción de textos en estudiantes de una universidad nacional, 2023. *Mendive, Revista de Educación*, 21(4), e364. Recuperado de <https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/3641>
- Campoverde, D. (2021). Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos: Microempresa Color Rosa. *ERUDITUS*, 2(2), 61-74. Recuperado de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/459/373>

- Canta, J. y Quesada, J. (2021). El uso del enfoque del estudio de caso: Una revisión de la literatura. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(19), 775- 786. Recuperado de <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i19.236>
- Cárdenas, B., & Olarte-Rojas, C. (2022). Análisis de seguridad entre microservicios con Amazon Web Service. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 14(2), 42-52. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/logos/v14n2/2422-4200-logos-14-02-42.pdf>
- Castillo, J. (2023). *Marketing interno: Factor interviniente en el aprendizaje organizacional*. Universidad César Vallejo. Recuperado de <https://zenodo.org/records/10009325>
- Chiriboga, P., Tapia, L., Romero, M. y Feijoo, K. (2022). Innovación Tecnológica, Gestión Administrativa en tiempos de pandemia y el desarrollo del talento humano en la empresa. *Dominio de las Ciencias*, Vol. 8, núm. Pp. 700-717. Recuperado de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2835/0>
- De Hoyos-Benítez, S. (2020). El método científico y la filosofía como herramientas para generar conocimiento. *Revista Filosofía UIS*, 19 (1), <https://doi.org/10.18273/revfil.v19n1-2020010>. Equipo editorial, Etecé. (2022). Smartphone. *Concepto*. De. Recuperado de <https://concepto.de/smartphone/#ixzz82k5cPx3r>
- Díaz, W., Mendocilla, E. & Merino, T. (2022). Herramientas virtuales para mejorar las competencias digitales en los docentes en tiempos de pandemia. *Horizontes*, 6(24), 1059-1073. Recuperado de <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i24.397>
- Fainete, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82-95. Recuperado de <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>

- Galey, M., Al Atroshi, C., Balabantaray, B., y Mohanty, S. (2022). Social network analysis: Theory and applications. In *Social Network Analysis: Theory and Applications*. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/9781119836759>
- Gazca, L., Mejía, C. y Herrera, J. (2022). Análisis del marketing digital vs marketing tradicional. Un estudio de caso en empresa tecnológica. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 18(35). Recuperado de <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3773>
- Safety Culture (2024). *Guía para el sistema de gestión de base de datos*. <https://safetyculture.com/es/temas/sistema-de-gestion-de-base-de-datos/>
- Heizer, J., Render, B., y Munson, C. (2020). Principles of operations management (10th ed.). Person. Recuperado de <https://bit.ly/3Xp6q07>
- Kammerer, M. y Murgas, B. (2024). La innovación tecnológica desde un enfoque de dinámica de sistema. *Región Científica*, 3(1), 2024217. Recuperado de <https://rc.cienciasas.org/index.php/rc/article/view/217>
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan I. (2022). *Marketing 4.0*. (4ta ed.). Lid Editorial mexicana
- Llamas, J. (2022). *Tipos de base de datos*. Economipedia.com. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-base-de-datos.html>
- Malpartida-Maíz, O., Román-Córdova, V. y Salas-Canales H. (2023). Impacto del comercio electrónico en la gestión de ventas en el Emporio Comercial de Gamarra (Lima-Perú), 2021. *Academo (Asunción)*, vol.10 no.2. Recuperado de <https://doi.org/10.30545/academo.2023.jul-dic.9>

Marcelo, J. & Riera, A. (2022). *4C'S del marketing y captación de clientes de la agropecuaria LOCK SA, Ventanilla, 2022*. [Tesis de pregrado]. Universidad Cesar Vallejo, Lima.

Recuperado

de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98575/Marcelo_DJC-Riera_CAK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marketing Paradise, (2022). ¿Qué es social media? *mkparadise.com*. Recuperado de <https://mkparadise.com/que-es-social-media#:~:text=Los%20medios%20sociales%20>

Meléndez, C. y Flores, L. (2022). Big Data en la Gestión Académica Administrativa de los Procesos de Formación Continua Virtual. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración Enfoques*, vol. 6, núm. 22, pp. 197-216. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/6219/621972234006/621972234006.pdf>

Mendoza-Arviso, U., González-Macías, C. & Sandoval-Chávez, D. (2022). Innovaciones Tecnológicas y Desempeño en Maquiladoras. *Investigación Administrativa*, vol. 51, núm.

129.

Recuperado

de

<https://www.redalyc.org/journal/4560/456069571006/456069571006.pdf>

Monczka, R., Handfield, R., Giunipero, L., & Patterson, J. (2021). *purchasing and supply chain managment (7th ed.)*. Cengage Learning.

Mori, F. (2023). Estrategias de marketing digital para incrementar las ventas de motos en la empresa Japón motos Chiclayo 2022. *Tesis en Maestría*. Recuperado de

<https://acortar.link/ZtuuSK>

Narvaez D.A. & Sosa, F. (2022). *Implementar una herramienta de seguridad perimetral Web Application Firewall (Waf) en nube, para la protección de aplicativos en la entidad*

- adscrita al ministerio de defensa superintendencia de vigilancia y seguridad privada.*
[Tesis]. Universidad Piloto De Colombia, Bogotá D.C. Recuperado de <http://surl.li/eqivns>
- Olaya, A Ortiz, A. (2020). La Influencia de los Smartphones y Tablets en los Clientes para las Compras Virtuales. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional de Piura, Piura. Recuperado de <https://acortarlink.cl/sg2bt>
- Peppers, D., & Rogers, M. (2021). *Relationship excellence: A disciplined approach to customer loyalty and engagement* (1st ed.). Nueva Jersey: Wiley.
- Quiñones, R. (2020). El Periodismo Tradicional y la Fuentes de Noticias del Perú para el Consumidor Digital al 2018. Composición de la Oferta y Atributos de Contenido y Distribución para el Éxito en Audiencia. *Título de postgrado*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Recuperado de <https://bit.ly/4bZrkHD>
- Rivera, G., y Luis, P. (2024). Criterios actualizados sobre la metodología de la investigación educativa: Una aproximación bibliográfica. *Revista Mendive*, 22(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962024000100031
- Romero, J., Paz, A. y García, M. (2024). Impacto de las herramientas tecnológicas en las ventas de empresas chilenas. *Información Tecnológica*, Vol. 35(2). Recuperado de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v35n2/0718-0764-infotec-35-02-11.pdf>
- Santillan-Espinoza, D., Allauca-Pancho, F., Inca-Falcon, A., & Santillan-Lima, J. (2023). *Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la enseñanza de la matemática: reflexiones teóricas*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/993/99376074013/html/>

- Solano-Romo, L, Cortés-López, J., Bohorquez-Lopez, V., & Gómez-Reynoso, J. (2022) Entendiendo la adopción de e-marketing en micros, pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Innovar*, 32(85),19-32. Recuperado de <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n85.101123>
- Torrecilla, J. (2022). *Tipos de herramientas tecnológicas*. *astraps.com*. Recuperado de <https://n9.cl/ujwt>
- Vizcaíno, P., Cedeño, R. y Maldonado, A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, Volumen 7, Número 4. Recuperado de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>
- Zendesk. (15 de febrero 2023). ¿Cuál es la importancia de las redes sociales en las ventas?. *Blog de Zendesk*. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/blog/importancia-redes-sociales-ventas/>

Apéndices

Apéndice A

Matriz de consistencia

Tema de Tesis: La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023 Línea de Investigación: Área de Marketing			
Problema		Propósito de la Investigación	
¿Cómo perciben los colaboradores de marketing en la Empresa Crespal, Lima 2023 en el impacto de adopción de innovaciones tecnológicas en su estrategia de marketing organizacional?		Explorar las percepciones y experiencias de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, en el impacto de adopción de innovaciones tecnológicas en su estrategia de marketing organizacional.	
Metodología			
Suceso y Criterio de evaluación	Fuentes	Técnicas para recolectar información	Instrumento para recolectar información
Área de marketing	Colaboradores o trabajadores entre varones y mujeres de la empresa con conocimientos en innovación tecnológica.	Entrevista	Guía de preguntas semiestructurada
Propósitos específicos		Categorías	Subcategorías

Identificar las percepciones y experiencias de los trabajadores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, sobre la adopción y uso de la base de datos en su estrategia de marketing.	Base de datos	Base de datos en la nube Base de datos <i>On Premise</i>
Explorar cómo los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, creen que las herramientas digitales han influido en la eficacia y eficiencia de su marketing organizacional.	Herramientas digitales	Google Meet Smartphone Documentos de Google
Examinar las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, sobre el papel del E-Commerce en la visibilidad y alcance de la marca en el mercado.	E-Commerce	Sistema B2B
Explorar las percepciones de los colaboradores de marketing de la Empresa Crespal, Lima 2023, en los efectos del social media en la construcción de la marca.	Social media	Facebook LinkedIn Instagram WhatsApp

Bibliografía de sustento consultada para la justificación y delimitación del problema	Bibliografía de sustento consultada para el diseño metodológico
---	---

<p>Peppers, D. y Rogers, M. (2021). <i>Relationship excellence: A disciplined approach to customer loyalty and engagement</i> (1st ed.). Nueva Jersey: Wiley.</p> <p>Llamas, J. (2022). <i>Tipos de base de datos</i>. <i>Economipedia.com</i>. https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-base-de-datos.html</p> <p>Torrecilla, J. (2022). <i>Tipos de herramientas tecnológicas</i>. <i>astraps.com</i>. https://n9.cl/ujwt</p> <p>Gross, J. (2021). <i>Purchasing and supply management</i> (16th ed.). McGraw- Hill Education.</p> <p>Marketing Paradise, (2022). ¿Qué es social media? <i>mkparadise.com</i>. https://mkparadise.com/que-es-social-media#:~:text=Los%20medios%20sociales%20</p>	<p>Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan I. (2022). <i>Marketing 4.0</i>. (4ta ed.). Lid Editorial Mexicana</p> <p>Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G. y Saldarriaga, G. (2021). <i>Metodología De La Investigación</i>. (1era ed.). Edicumbre Editorial Corporativa Mazzini-Sacayco E,</p> <p>Seminario-Unzueta, R. (2020). Estrategias de marketing digital en los clientes del laboratorio ABBOTT durante la pandemia COVID-19 - San Juan de Lurigancho. <i>Ágora Rev. Cient.</i> 2020; 07(02):145-50. DOI: http://dx.doi.org/10.21679/arc.v7i2.182.</p> <p>Borja, F. (2020). Importancia del Marketing Digital en confinamiento. <i>Revista científica en ciencias sociales</i>, 2(2), 59-64. https://bit.ly/45uOinA</p>
---	--

Apéndice B

Sistema de Categorías A priori

Caracteres	Categorías	Subcategorías	Código
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	Base de datos	En la nube	BD1
		On Premise	BD2
	Herramientas digitales	Google Meet	HD1
		Smartphone	HD2
		Documentos de Google	HD3
	E-Commerce	Sistema B2B	EC1
	Social media	Facebook	SM1
		LinkedIn	SM2
		Instagram	SM3

Apéndice C

Sistema de Categorías A posteriori

Caracteres	Categorías	Subcategorías	Código
Innovación Tecnológica en el Marketing Organizacional	Base de datos	En la nube	BD1
		On Premise	BD2
	Herramientas digitales	Google Meet	HD1
		Smartphone	HD2
		Documentos de Google	HD3
	E-Commerce	Sistema B2B	EC1
	Social media	Facebook	SM1
		LinkedIn	SM2
		Instagram	SM3
		WhatsApp	SM4

Apéndice D

Validación de experto 1

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo	5 = Mínimo
4 = Satisfactorio	4 = Poca
3 = Bueno	3 = Regular
2 = Regular	2 = Bastante
1 = Deficiente	1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				x					x						X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					x					x					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					x					x					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					x				x						X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					x					x					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					x					x					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					x					x					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					x					x					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					x					x					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				x						x					X
Sumatoria Parcial	0	0	0	8	40	0	0	0	8	40	0	0	0	0	50
Sumatoria Total	48					48					50				

Observaciones: ...El instrumento cumple con las características necesarias para aplicarse en el estudio propuesto.....

Nombres y Apellidos del Experto: Roberto De La Torre Santana. Especialidad: Administrador de Empresas.....

DNI.: 08040354.....

Nro. Celular : 957445571.....

Firma:.....


 Mag. Roberto De La Torre Santana
 LIC. EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD N° 5790

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario: La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	Si	
2. La secuencia de presentación de los Items es óptima.	Si	
3. El grado de complejidad de los Items es aceptable.	Si	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	Si	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	Si	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	Si	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	Si	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	Si	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	Si	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	Si	

Nombres y Apellidos del Experto: Roberto Miguel De La Torre Santana.

Teléfono: 957-445571.

DNI.: 08040354.

Firma:.....



Mag. Roberto De La Torre SANTANA
 LIC. EN ADMINISTRACION
 CLAD N° 9700

Validación de experto 2

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación I, debe elaborar su Instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el Instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la Investigación titulada:

La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Minimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					-					-					-
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					-					-					-
Sumatoria Parcial					40					40					40
Sumatoria Total					40					40					40

Observaciones: Los ítems 9 y 10, no se consideran por tratarse de una investigación con un enfoque cualitativo

Nombres y Apellidos del Experto: Patricia Padilla Vento

Especialidad: Doctora en Contabilidad

DNI:09402744

Nro. Celular; 987638101

Firma:

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario: La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	Categorías y sub categorías en una investigación cualitativa	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	No corresponde por ser investigación cualitativa	

Nombres y Apellidos del Experto: Patricia Padilla Vento

Teléfono: 987638101

DNI: 09402744

Firma:



Validación de experto 3

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					-					-					-
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					-					-					-
Sumatoria Parcial					40					40					40
Sumatoria Total					40					40					40

Observaciones: Investigación de enfoque cualitativo.

Nombres y Apellidos del Experto: Kezzy Villegas Cano

Especialidad: Magister en Administración de Negocios

DNI: 20073741

Nro. Celular : 985391017

Firma:



ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario: La innovación tecnológica en el marketing organizacional de la empresa Crespal, Lima 2023

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	Enfoque Cualitativo	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	Enfoque Cualitativo	

Nombres y Apellidos del Experto: Kezzy Villegas Cano

Teléfono: 965391017

DNI: 20073741

Firma:



Apéndice E

Ficha técnica de entrevista

Investigador	Antony García Pimentel, Marco Salazar Campos, Rina Zanabria Carrasco de Multhauptff		
Empresa	Laboratorios Crespal Sucursal del Perú SAC		
Ciudad	San Isidro - Lima		
Duración	30 a 45 minutos		
Periodo	Julio 2023		
Recolección de información			
Colaborador	Nombres y Apellidos	Perfil Laboral	Técnica de recolección de datos
1	Víctor Miguel Salazar Campos	Asistente logístico	Vía Google Meet y Smartphone
2	Luis Miguel Pérez Salmon	Gerente Comercial	Vía oral y escrito en persona
3	Rosa Augusta Peralta Gutiérrez	Química farmacéutica	Vía Google Meet y Smartphone
4	Julio Spencer Ballesteros Moran	Representante de Visita Médica	Vía Google Meet y Smartphone
5	Virginia Elizabeth Celi Hernández	Representante en Ventas	Vía Google Meet y Smartphone

Apéndice F

Fotografías

Foto 1: Captura de entrevista con los colaboradores

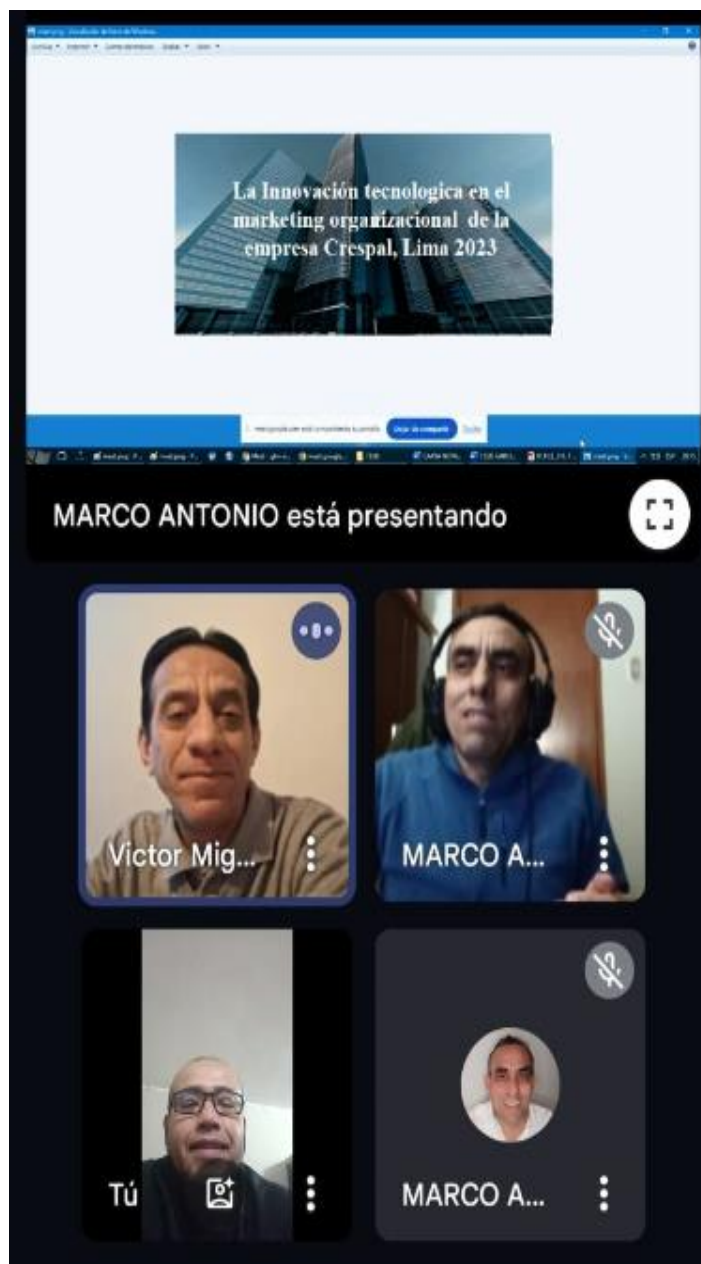


Foto 2: Captura de entrevista con los colaboradores

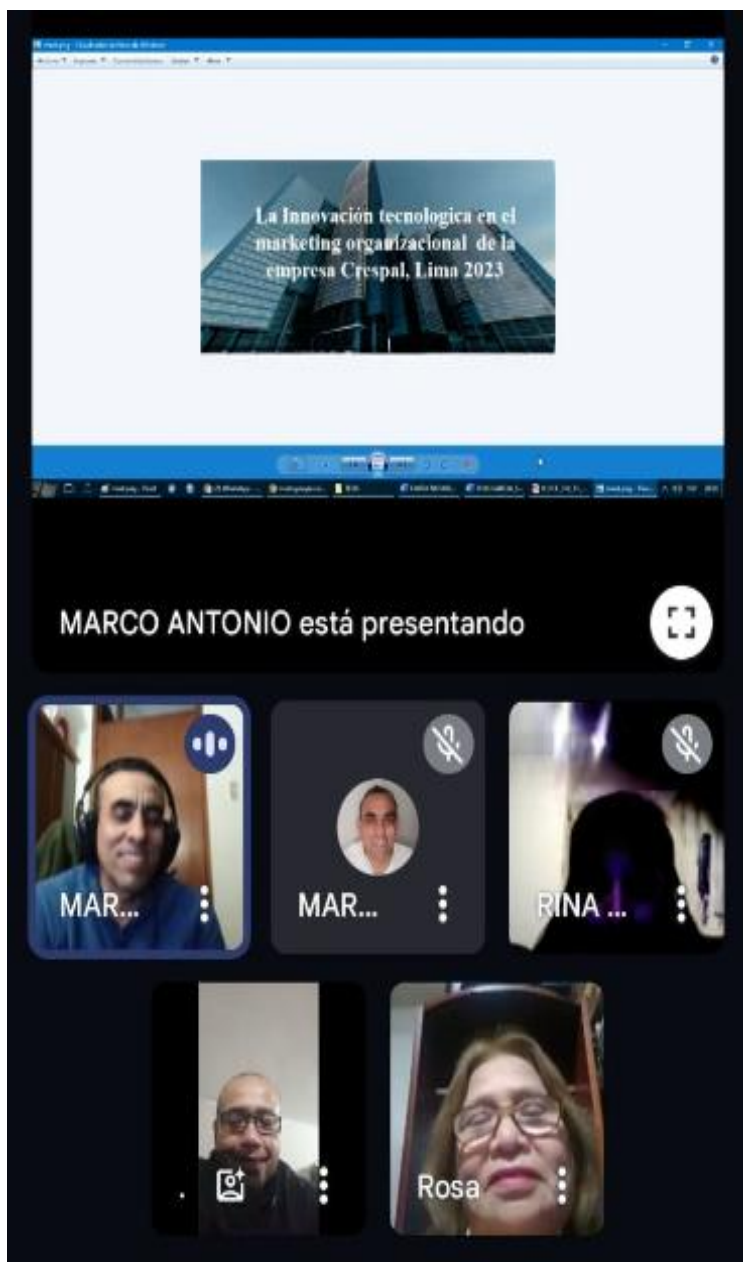


Foto 3 Captura de entrevista con los colaboradores



Foto 4: Captura de entrevista con los colaboradores

