

Tipo de artículo: Artículo original

Temática: Soluciones informáticas

Recibido: 20/06/2020 | Aceptado: 27/08/2020 | Publicado: 01/10/2020

## Herramienta *Innovación Think* para el apoyo del modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>

### *Think innovation tool for the support of the model of business based on EM<sup>3</sup>*

Rodolfo Batalla Villa<sup>1\*</sup>, Neilys González Benítez<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ms. C. Universidad IEXPRO, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, México. [rbatalla40@hotmail.com](mailto:rbatalla40@hotmail.com)

<sup>2</sup> Dra. C. Centro Meteorológico Provincial de Pinar del Río, Cuba. [neilysgonzalezbenitez@gmail.com](mailto:neilysgonzalezbenitez@gmail.com)

\* Autor para correspondencia: [rbatalla40@hotmail.com](mailto:rbatalla40@hotmail.com)

---

#### Resumen

Los modelos de negocio presentan una serie de aplicaciones que supone de fuentes relevante de nuevos análisis estratégicos, como la identificación de las organizaciones que presentan un modelo de negocio innovador, en aras de obtener un indicador anticipado de la probabilidad de éxito futuro, independiente del sector al que pertenezca. La identificación de nuevas organizaciones, con modelos de negocio innovadores, originará probabilidades útiles para la reestructuración de sus análisis estratégicos. En el presente trabajo se presenta el sustento de la herramienta *Innovación Think*, para el apoyo del modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>. El modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>, contribuye a innovar hacia un mercado objetivo, donde se involucra las áreas que conocen el mercado en aras de alinear pensamientos para lograr mejores innovaciones y cubrir las necesidades del mercado. Por tal motivo el objetivo de la presente investigación es apoyar el modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>, a través de la herramienta *Innovación Think*. Para dar cumplimiento al objetivo se realiza un análisis documental útil para el análisis de las características del modelo de negocio EM<sup>3</sup>, que se poya en la herramienta, *Innovación Think*, la cual contribuirá a determinar la viabilidad y rentabilidad de los negocios, obteniéndose a través de ella un mapeo de clientes donde se identifican sus necesidades, con el fin de lograr rediseñar estrategias de negocios que favorezcan la rentabilidad.

**Palabras clave:** Modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>; rentabilidad; herramienta *Innovación Think*; innovación de un mercado objetivo; viabilidad de los negocios.  
*el artículo.*

#### Abstract

*The models of business present a series of applications it has weight of relevant sources again strategic analysis, as the identification of the organizations that present a model of innovative business, for the sake of obtaining a sudden*

*blow indicator of the probability of future, independent of success the sector to the one that belong. The identification of new organizations, with models of innovative business, originated useful probabilities for the restructuring of your strategic analysis. At present work presents to him the sustenance of the innovation tool think, for the support of the model of business based on EM<sup>3</sup>. The model of business based on EM<sup>3</sup>, contribute to innovate towards an objective market, in which is involved the areas that know the market for the sake of lining up thoughts to achieve better innovations and cover the needs of the market. For such motive the objective of investigation this letter is to lean the model of business based on EM<sup>3</sup>, through the Think innovation tool. To give fulfillment to the objective carries out to him a documentary analysis tool for the analysis of the characteristics of the model of EM<sup>3</sup> business, that it pays the baking fee in bread in the tool, Innovation Think, the who will contribute to decide the viability and income-yield capacity of the businesses, by obtaining through it a maps of clients in which it is identified your needs, in order to achieve redesign strategies of businesses that favor the income-yield capacity.*

**Keywords:** *Model of business based on EM<sup>3</sup>; income-yield capacity; Think innovation tool; innovation of an objective market; viability of the businesses.*

---

## Introducción

Los modelos de negocios crecen a ritmo acelerado, la expresión de modelos de negocios está relacionada con la excelencia empresarial, su importancia es significativa para empresarios emprendedores, ejecutivos, inversionistas, etc. Ellos en los últimos años, han buscado la rentabilidad de los negocios en aras de una excelencia empresarial a través del empleo de modelos de negocios.

En el mundo empresarial, el concepto de modelo de negocio es experimentado desde los años '50, este concepto se introduce por Peter Drucker en 1954, (Drucker, 1954), actualmente este concepto posee una relevante importancia tanto para las empresas físicas, como para las empresas de negocio electrónico, su importancia reside en la forma que tienen los negocios para generar ingresos, lo cual es beneficioso para una rentabilidad que conlleva a una excelencia empresarial. Amit y Zott (2001) afirman:

Que un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio. En lo referido al contenido de las transacciones, se hace referencia a los productos o la información intercambiada, así como los recursos y capacidades requeridos para ello. (P. 515)

Chesbrough y Rosenbloom (2002) afirman:

Que los modelos de negocios, poseen como papel fundamental, el capturar valor a partir de la innovación (...)” (P. 529). En este sentido, un factor crítico en la creación de valor lo constituye el posicionamiento de la empresa en la red de valor, en la cual la organización debe establecer relaciones apropiadas con proveedores, socios, aliados y clientes (Morris, Schindehütte y Allen, 2005, P. 734).

Morris, Schindehutte y Allen (2005), refieren: “Que los modelos de negocio, son el instrumento que contiene un conjunto de componentes y sus relaciones que permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica (...)” (P. 733). Al respecto Weill, Malone, D’Urso, Herman y Woerner (2005) señalan: “Que todo modelo de negocio se compone de dos elementos, (...). Para la definición del modelo tuvieron en cuenta que cumpliera cuatro características; que fuera intuitivo, comprensible, claramente definido y conceptualmente elegante” (P.266), características útiles para definir un modelo de negocio con la rentabilidad requerida para una buena excelencia empresarial.

Estos conceptos, según los citados autores, inciden en la integración que poseen los modelos de negocios para un adecuado posicionamiento y sostenibilidad de las empresas. Integración que se refiere a un solo elemento, capaz de aportar una visión dinámica y realista del desarrollo de la ventaja competitiva.

Por otra parte, autores como Al-Debei et al. (2008); Casadesus-Masanell y Ricart (2010), refieren que no existe, una definición generalmente aceptada acerca de modelo de negocio, por lo que este término es considerado como un término vago, que se utiliza erróneamente al azar entre los administradores, debido a que los componentes de un modelo de negocio aún no están claros. Para Kujala, Artto, Aaltonen, y Turkulainen, (2010):

Los modelos de negocios se apoyan en seis elementos clave para su conceptualización; clientes, proposición de valor para el cliente, estrategia competitiva, posición en la cadena de valor, organización interna del proveedor y capacidades clave y, lógica de generación de ingresos. (P.97)

Muchas compañías olvidan que los modelos de negocio son perecederos y que la innovación en los modelos de negocio es un factor crítico para el éxito, en el actual ambiente complejo y cambiante, donde la supervivencia de una empresa depende de su capacidad de adaptación. Aspectos que inciden en el éxito de un negocio, éxito que se encuentra vinculado al modelo de negocio diseñado para una excelencia administrativa y una adecuada rentabilidad en los negocios (Govindarajan y Trimble, 2011).

Sin embargo, George y Bock (2011) clasifican: “Los modelos de negocios de una forma rigurosa y atractiva, (...). Los autores referidos, citan los modelos de negocio como una estructura transactiva, según la cual el comportamiento de la empresa está en función de las características de su respectivo modelo” (P.84).

En la actualidad y debido al mundo competitivo de los negocios se requiere de empresas capaces de realizar búsquedas rápidas e intensas, evaluaciones y cambios en sus modelos de negocio con el propósito de no sólo sobrevivir, sino también de adquirir un mayor posicionamiento en el mercado (Teece, 2010; Beckmezi, 2013; Chesbrough, Di Minin y Piccaluga, 2013; Casadesus y Zhu, 2013). Estudios de Fleisch (2012), refieren:

Que más de un 90 % de los modelos de negocios son re combinaciones de ideas, conceptos y modelos previamente existentes que se modifican para obtener una mayor rentabilidad. Elementos que se vinculan con el proceso de innovación que con frecuencia se realiza en los modelos de negocios. (P.11)

Las innovaciones en los modelos de negocios según Lindgardt, Reeves, Stalk y Deimler, (2009):

Son mecanismos útiles e invaluable de las organizaciones para responder a épocas de crisis e inestabilidad. Las innovaciones en los modelos de negocios proporcionan a las empresas la evasión de la competencia, la cual, incide en que los productos y servicios sean imitados. (P. 4)

Basado en lo referido por los autores antes citados, Lindgardt et al., (2009) refieren:

Que la innovación de los modelos de negocios, contribuyen a planear mejor las *innovaciones disruptivas*, motivadas particularmente por la tecnología y que requieren de nuevas competencias estratégicas. Al respecto cabe destacar que la innovación en los modelos de negocios, impulsa a las empresas a reinventarse con sus propios recursos y capacidades, más que a solicitar apoyo financiero o empleo de tácticas operativas ante cambios vertiginosos del entorno. (P. 11)

Para obtener rentabilidad en los negocios, se ha de tener en cuenta la competencia, las condiciones para la creación de nuevos modelos de negocio, factores que han sido motivantes para la generación de propuestas que permitan adaptar a la empresa a nuevos entornos, aun cuando estos no sean económicamente favorables (Najmaei, 2011; González y Granados 2013). Basado en lo antes referido, se propone en el presente trabajo el desarrollo de un modelo de negocio, basado en EM<sup>3</sup>, para aumentar la rentabilidad.

## **Materiales y métodos**

Para apoyar el modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>, se crea la herramienta *Innovación Think*, de acuerdo al análisis documental y el análisis bibliométrico que se realiza basado en los documentos revisados donde se refleja que los modelos de negocios existentes no poseen herramientas como *Innovación Think*. Herramienta que se apoya en la Inteligencia Artificial (IA) y en particular a través de un Razonamiento Basado en Casos (RBC), útil para recomendar los aspectos a tener en cuenta en el logro de una adecuada innovación hacia un mercado objetivo, donde se involucran las áreas que conocen el mercado.

La herramienta, *Innovación Think*, contribuirá a determinar la viabilidad y rentabilidad de los negocios, El modelo de negocio, basado en EM<sup>3</sup>, posee ventajas que proporcionan una rentabilidad acorde a las exigencias empresariales del siglo XXI.

Para el estudio, se tomó una muestra de 180 ferreterías industriales del Bajío, Salamanca, Guanajuato, México. Ferreterías con clientes potenciales que de acuerdo a sus demandas hacen posible que estas posean un alto índice de rentabilidad. El análisis se basó en la lógica de la investigación, como en su parte del nivel exploratorio descriptivo, que aprovecha el diseño documental y no - experimental, con el fin de aplicarlo en el contexto objeto de estudio, apoyado en la observación directa y en las encuestas realizadas a los implicados en el proceso. Este proceso tuvo como objetivo realizar una actualización de la rentabilidad de los negocios en el lugar objeto de estudio de acuerdo con los modelos de negocios con los que operan.

Para el análisis se realizó un análisis bibliométrico donde se analizaron los contenidos, de la temática referida, a través de palabras clave, resúmenes y títulos que permiten identificar la rentabilidad de los negocios, en el desarrollo económico del Bajío, Salamanca, Guanajuato, México.

La bibliometría brinda posibilidades para la recolección, depuración y análisis de documentos científicos que enriquecen la producción de nuevo conocimiento a pesar de las limitantes que su método pueda tener. A través del análisis bibliométrico, se obtiene como aporte al campo del conocimiento, la fundamentación e identificación de los principales factores de la rentabilidad de los negocios, en el desarrollo económico de las ferreterías industriales del Bajío, Salamanca, Guanajuato, México.

### **Análisis bibliométrico**

El análisis bibliométrico es una técnica de investigación validada en múltiples campos como los negocios, nuevas tecnologías, elección pública o la infometría (Wagner et al., 2011). Al respecto, Coombes y Nicholson (2013); Carvalho, Fleury y Lopes (2013); Arduini y Zanfei (2014); y Paiva Dias (2014) resaltan cómo este tipo de análisis permite identificar tendencias en el conocimiento a través de la aplicación de técnicas cuantitativas que enriquecen, entre otras fases de la investigación, la revisión bibliográfica.

También, se depuran los documentos recolectados a partir de la información suministrada por las bases de datos como el año de publicación, palabras clave, campo del conocimiento, tipo y fuente del documento, idioma, instituciones y país. Este procesamiento se realizó mediante el uso de una hoja de cálculo de Excel 2010 del paquete Office. Para el presente estudio se revisó la documentación que sobre el tema existe, para el cual se aplica un estudio bibliométrico, donde se analizan las bases de datos de *Scopus* y *ScienceDirect*. para el análisis de los modelos de negocio basado apoyados en herramienta de innovación con sustento de técnicas de Inteligencia Artificial, como el razonamiento basado en casos.

Para complementar la depuración de los documentos relacionados con la rentabilidad de los negocios, se realizaron consultas a las bases de datos de *ISI Web of Science*, *Emerald* y *Jstor*. Bases de datos, seleccionadas por criterios de

disposición y accesibilidad de la información y por ser referentes ya validados en el desarrollo de análisis bibliométricos.

## Resultados y discusión

Del análisis bibliométrico, y de acuerdo con los datos procesados, se identificaron 75 publicaciones en el periodo del 2015 - 2020, que en líneas generales se adaptaron a los criterios de búsqueda, sin embargo, fue necesario continuar con el proceso de refinamiento de la información, con el propósito de quedar sólo con aquel material que efectivamente sirviera para el análisis de contenidos de acuerdo con los objetivos de la presente investigación. Al respecto se identificó la trascendencia de las ferreterías industriales del lugar objeto de estudio de acuerdo a su entorno económico, las que alcanzan un nivel rentabilidad del 93 %, al aplicar la herramienta *Innovación Think* para el apoyo del modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>, impacto, que ínsita a promover las buenas prácticas, como la planeación estratégica y que es un proceso que otorga el fortalecimiento del control interno de cualquier organización y además optimiza los procesos administrativos y financieros.

En los documentos analizados, se constató que, con el uso de los modelos de negocios, y en particular al aplicar la herramienta *Innovación Think* para el apoyo del modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>, los administrativos y contables consideran oportuno su empleo debido a la rentabilidad que se obtiene, por lo que la herramienta *Innovación Think*, debe ser considerada como una herramienta de apoyo a la toma de decisiones con el fin de que las ferretería industriales del Bajío, Salamanca, Guanajuato, México, se mantengan con una alta rentabilidad en el mercado. Al respecto este aspecto obtuvo un 90 % de coincidencia, en las publicaciones identificadas a través del análisis bibliométrico.

Otro aspecto que se logró identificar, a través de la documentación obtenida, fue la importancia que tienen los modelos de negocios desde el punto de vista económico en México, importancia que reviste una elevada trascendencia social y que ocupa un 83 % de coincidencia al estudiar los documentos obtenidos sobre el impacto de la rentabilidad de las empresas y microempresas mexicanas al hacer uso de los modelos de negocio como herramienta de apoyo a mantenerse posicionados en el mercado y evitar el fracaso. También, se corroboró que con los efectos mencionados se comprende el contexto que en general comparten los empresarios mexicanos, ya que, se tiene claro que, para una buena rentabilidad en el mercado, en términos económicos, se requiere de una concatenación con los resultados económicos y los modelos de negocios, así como con las experiencias obtenidas a través de los empresarios mexicanos.

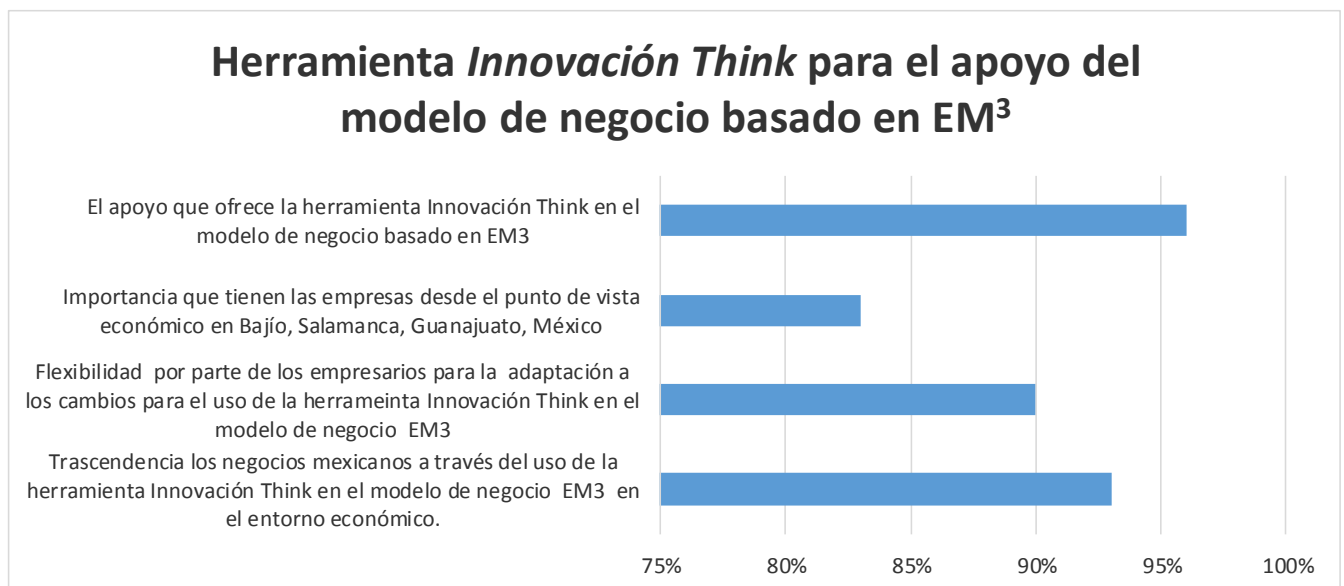
El apoyo que ofrece la herramienta *Innovación Think* en el modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>, posee un 96 % y el mismo se sustenta a través de las políticas públicas apropiadas, que les permitan capacitación permanente en técnicas

gerenciales, administrativas para proyectar las actividades a desarrollar, así como los resultados esperados en aras de minimizar el riesgo empresarial y permitirle el acceso a financiamiento necesario para fortalecerse. Los resultados descritos y obtenidos a través del análisis documental y con el empleo del análisis bibliométrico se refleja en la figura 1.

**Figura 1.** Resultados del análisis bibliométrico sobre herramienta Innovación Think para el apoyo del modelo de negocio basado en EM<sup>3</sup>. **Fuente:** elaboración propia.

## Conclusiones

Basado en el análisis realizado, el modelo basado en EM<sup>3</sup> apoyado por la herramienta *Innovación Think* contribuye a



formular e implantar las estrategias necesarias para una rentabilidad de los negocios, las cuales son difíciles de mantener, debido a los pendientes del día a día. La esencia de los modelos de negocios apoyado por la herramienta *Innovación Think*, favorece las proyecciones asertivas de las empresas, por lo que los objetivos del negocio serán más claros.

Las prioridades de las empresas tendrán un mayor sentido a partir del modelo de negocio apoyado por la herramienta *Innovación Think*. Las interdependencias, a través de los modelos de negocios serán mejor entendidas, se monitorea lo que se requiere y en qué orden.

A través de los modelos de negocios, apoyado por la herramienta *Innovación Think*, las empresas se mantendrán al día, lo que contribuye una excelencia administrativa, una mayor rentabilidad. Se manejará mejor el flujo de efectivo, a

través del empleo de un modelo de negocio, lo que contribuye a unir las proyecciones en las ventas, costos, gastos, activos y deudas. Los modelos de negocios apoyado por la herramienta *Innovación Think*, contribuyen a la toma de decisiones, con ellos se realizan adecuadas correcciones favorables para que los negocios no se estanquen.

## Referencias

- AL-DEBEI, M. M., EL-HADDADEH, R., & AVISON, D. (14th-17th de August de 2008). Defining the Business Model in the New World of Digital Business. Proceedings of the Fourteenth Americas Conference on Information Systems, 2008, 1-11.
- Amit R, Zott C. (2001). Value Creation in E-Business. Strategic Management Journal 22: 493- 520.
- CHESBROUGH, HENRY Y ROSENBLOOM, RICHARD. The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies, Industrial & Corporate Change, Vol. 11, N°. 3. Pp. 529-555. Beckmezi, M. (2013) Taking Competitive Advantage by Business Model Innovation *Yönetim ve Ekonomi*, 2002, 291-314.
- CARVALHO, M. M., FLEURY, A., & LOPES, A. P. An overview of the literature on technology roadmapping (TRM): Contributions and trends». Technological Forecasting and Social Change, 2013, 80(7), 1418-1437. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.11.008> Arduini y Zanfei (2014);
- CASADESUS, R. Y ZHU, F. Business Model Innovation and Competitive Imitation: The case of Sponsor-Based Business Models. Strategic Management Journal, 2013, 464-482.
- CHESBROUGH, H.; DI MININ, A. Y PICCALUGA, A. Business model innovation paths. En L. Conquiti, y A. Di Minin, News Business Models and Value Creation, 2013, (págs. 45-66). USA: Varaldo R. Springer. Obtenido de Springer: [http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-88-470-2838-8\\_4](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-88-470-2838-8_4)
- COOMBES, P., & NICHOLSON, J. Business models and their relationship with marketing: A systematic literature review», Industrial Marketing Management, 2013, 42(5), 656-664. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.05.005>
- DRUCKER, P. The Practice of Management, Harper and Row Publishers, 1954.
- FLEISCH, E. Business Model Innovation: Importance and Applications. Wien: ETH Zürich y University of St. Gallen (HSG), 2012.
- GEORGE, G., & BOCK, A. J. "The business model in practice and its implications for entrepreneurship research". Entrepreneurship theory and practice, 2011, 35 (1), 83-111.



- GONZÁLEZ, T. Y GRANADOS, M. La innovación en entornos económicos poco favorables: el sector auto partes mexicano. *Estudios Gerenciales*, 2013, 29(127).
- GOVINDARAJAN, V., & TRIMBLE, C. (January-February de 2011). "The CEO's role in business model reinvention". *Harvard Business Review*, 2011, 109-114.
- KUJALA, S., ARTTO, K., AALTONEN, P., & TURKULAINEN, V. "Businessmodels in project-based firms - Towards a typology of solution-specific business models". *International Journal of Project Management*, 2010, 28, 96-106.
- LINDGARDT, Z.; REEVES, M.; STALK, G. Y DEIMLER, M. Business Model Innovation: When the game gets tough, Change the game. 2009, Obtenido de Boston Consulting Group: <https://www.bcg.com/documents/file36456.pdf>
- MORRIS, M., SCHINDEHUTTE, M., ALLEN, J. The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of business research* volumen 58, issue 6, 2005, páginas 726-735.
- NAJMAEI, A. Dynamic Business Model Innovation: An Analytical Archetype. *International Conference on Information and Financial Engineering*, 2011, (págs. 165-171). Singapore: IACSIT Press.
- PAIVA DIAS, G. Bibliometric Analysis of Portuguese Research in e-government». *Procedia Technology*, 2014, (16), 279-287. <https://doi.org/doi:10.1016/j.protcy.2014.10.093>
- TEECE, D. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning* (Elsevier), (43), 2010, 172-194.
- WAGNER, C., ROESSNER, D., BOBB, K., THOMPSON KLEIN, J., BOYACK, K., KEYTON, J., RAFOLS, I., & BÖRNER, K. Approaches to understanding and measuring interdisciplinary scientific research (IDR): A review of the literature». *Journal of Informetrics*, 2011, 5(1), 14-26. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.06.004>
- WEILL, P., MALONE, T., D'URSO, V., HERMAN, G. Y WOERNER, S. Do some business models perform better than others? A study of the 1000 largest US firms. *MIT Center for Coordination Science Working Paper*, 266. 2005.