

La influencia de las nuevas tecnologías y los dispositivos móviles

Publicado por [Antonio Santos Hernández](#) en [Tecnología](#) hace 2 días

Temas Marketing, tecnologías, tecnología, neuromarketing, movilidad

[Comentar](#)

[Imprimir](#)

[PDF](#)

[Añadir a eBook](#)

197 Shares



Antonio
Santos
Hernández

Dirección Comercial y
Marketing en
Compañías TIC.
Software, Servicios
Profesionales, Telecomunicaciones

[f](#) [t](#) [in](#) [o](#)

PUBLICIDAD •
**Máster en Marketing
Digital - IMF Business
School**

Modalidad Online o
Sempresencial - Bolsa
de Empleo y Prácticas -
Becas de hasta el 65%

**ESIC - Plan Impulsa
2016**

Aplicable, previa solicitud,
a matrículas realizadas
antes del 30 de
septiembre - [Infórmate
aquí](#)

**Felicidad Duce -
Escuela Superior de
Moda de LCI
Barcelona**

Másters en Gestión
empresas de Moda, en
Marketing Moda y en
Estilo, Publicidad y
Audiovisuales

Como influyen las nuevas tecnologías y los dispositivos móviles en nuestros quehaceres diarios, enfocado a los micro momentos de atención que deben captar las marcas en estos dispositivos

"La Tecnología ha llegado para quedarse y con ello hacernos la vida más fácil". Sin embargo esta máxima no deja de ser paradigmática dado que el término en sí mismo, llevado a la práctica diaria, nos plantea la complejidad en el uso y manejo de los dispositivos tecnológicos que nos propician mayor calidad de vida; de ahí que las TIC posibiliten un espacio social que amplía profundamente el entorno en el que vivimos, llevándonos a los usuarios a un nuevo escenario en el cual se integran múltiples interacciones: facilidad en la comunicación, usabilidad, adaptación, independencia, autonomía, sentimiento de pertenencia y por tanto, sensación de seguridad.

Lejos de influir negativamente, la Tecnología ha venido a mejorar algunos aspectos de nuestras vidas y trabajos, incorporando sus soluciones a nuestro quehacer diario. No olvidemos que los más jóvenes han nacido digamos que con ella, todos hemos oído hablar de los "Nativos digitales", mientras los adultos nos hemos ido integrando día a día. Tal vez han sido los propios Medios quienes nos han ido introduciendo y posicionando frente a las tecnologías. Finalmente todos estamos influidos por el gran volumen de información, soluciones, aplicaciones y el acceso estas que nos torpedea permanentemente, como si no hubiera un mañana.

Actualmente, utilizamos la Tecnología como instrumento de acompañamiento en las actividad cotidiana accediendo a través de esta de los multi dispositivos asociados a nuestro alcance.

La principal revolución es convertirnos en "móvil" a través de estos dispositivos "inteligentes": smartphones, tablets y todo un mundo de soluciones asociadas., que utilizamos diariamente.

Esta revolución tecnológica acompañada de conectividad inmediata y permanente a Internet: Web móvil, Redes Sociales, Apps casi sin fin, ha generado un importante cambio de hábitos en la forma de relacionarnos, comunicarnos y por tanto en nuestros hábitos de consumo.

En esta irrupción tecnológica no debemos de olvidar la importancia del posicionamiento de las Marcas y su propuesta de valor dado que estas se convierten en un factor decisivo en el momento de la compra de dispositivos tecnológicos, (por sus características, usabilidad), hasta tal punto que muchos individuos asocian de manera inmediata estos dispositivos a determinados estilos de vida.

La Tecnología, en sí, está jugando un doble papel, es decir al mismo tiempo que instrumento está siendo un fin, donde las marcas son parte fundamental en la selección del producto en cuanto a variedad y posibilidades que nos ofrecen, contribuyendo con ello a la transformación de la vida social del usuario, permitiéndole de esta manera intervenir y sentirse involucrados con las diferentes soluciones que presentan.

Las marcas tienen un gran reto, no dejar de innovar, no solo en su apariencia física sino necesariamente en las aplicaciones, teniendo como base el comportamiento del consumidor, quién se encuentra en cambio constante, influenciado por la Tecnología, sin casi darse cuenta de ello.

De ahí que entendamos a la innovación tecnológica como revolución de lo que ya está establecido, donde no existe límite alguno para generar tendencias de consumo, no solo con dispositivos móviles inteligentes, sino con facilidades y aplicaciones que nos puedan ofrecer para cada una de las tareas diarias, llegando el momento de dependencia total de estas.

PUBLICIDAD •

**POSTGRADO EN
MARKETING
DIGITAL**
MODALIDAD:ON-LINE
INICIO > NOVIEMBRE 2016

¡RESERVA YA
TU PLAZA!

U Universitat de Barcelona IIEB Instituto de Formación Continua

PUBLICIDAD •

fotolia
by Adobe

**CREA
CON FOTOLIA BY ADOBE**
Dilo con imágenes
DESCUBRE

PUBLICIDAD •

**master en
MARKETING
DIGITAL**
El único que incluye:
#Traffic #CRO #Analítica #UX

¡infórmate!

IEBS
La Escuela de Negocios de la
Innovación y los Emprendedores

Recomendados

Un estudio de Google muestra la importancia de la velocidad de carga en webs móviles

El Big Data, ¿Nos viene aún grande?

Lo que las marcas deben tener en cuenta para comprender el nivel actual de la realidad virtual



Antonio Santos Hernández

Dirección Comercial y Marketing en Compañías TIC. Software, Servicios Profesionales, Telecomunicaciones....

[Comentar](#)

[Imprimir](#)

[PDF](#)

[Añadir a eBook](#)