

**TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION COMO ESTRATEGIA
PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ALARMAS MULTISERVICIOS LTDA.**

Presentado por

SANDRA MILENA TRASLAVIÑA VERGARA

INSTITUCION UNIVERSITARIA

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO

ESPECIALIZACION EN GESTION EMPRESARIAL

COLOMBIA

SEPTIEMBRE 2015

**TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION COMO ESTRATEGIA
PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ALARMAS MULTISERVICIOS LTDA.**

Presentado por:

SANDRA MILENA TRASLAVIÑA VERGARA

Asesor

WILINTON JAVIER ORTIZ AMADOR

INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO GRANCOLOMBIANO

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS & CONTABLES

ESPECIALIZACION EN GESTION EMPRESARIAL

COLOMBIA

SEPTIEMBRE 2015

TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ALARMAS MULTISERVICIOS LTDA.

Por: Sandra Milena Traslaviña Vergara¹

Resumen

El presente documento permitirá conocer el estudio realizado a la empresa Alarmas Multi-Servicios Ltda., desde su dimensión tecnológica, mediante el cual se identifica el principal problema en este sentido, explicando el proceso de análisis realizado a su situación actual, factores internos y externos, herramientas y matrices utilizadas para determinar un diagnóstico empresarial acertado. De acuerdo con lo anterior, se propondrá una estrategia basada en la aplicación de tecnologías de información y comunicación en la empresa, que le permitan desarrollar la gestión del conocimiento, incrementar su rendimiento organizacional y competitividad en el sector tomando como punto de referencia las mejores prácticas desarrolladas por empresas del sector con mayor posicionamiento.

Palabras Clave: *Sistemas de Información, gestión del conocimiento, rendimiento organizacional, competitividad, tecnologías de información y comunicación TIC.*

Abstract

This document will allow to know the study for the Company Alarmas Multi-Servicios Ltda, from its technological dimension, by which the main problem is identified, explaining the process of analysis of the actual situation, internal and external factors, matrix and tools used to determine successful business diagnostics. Accordingly, it will propose a strategy based on the application of technologies of information and communication in the Company, which would enable it to develop the management of knowledge, increase organizational performance and competitiveness in the sector, taking as a point of reference the best practices developed by companies in the sector with higher position.

Keywords : *Information systems , knowledge management, organizational performance, competitiveness, information technology and communication ICT .*

¹ Profesional en Administración de Empresas, Especialista en Gestión Empresarial con amplia experiencia en procesos de servicio al cliente, sistemas de gestión de calidad, documentación e implementación de procesos. Coordinadora Nacional de PQR y Tutelas en la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas del Estado.

Introducción

La implementación de la gestión del conocimiento y de nuevas tecnologías de información y comunicación dentro de las organizaciones, hoy en día se han convertido en una necesidad para estructurar la planeación, solucionar eficazmente los problemas, lograr sinergia entre todas las áreas y desarrollar nuevas propuestas de negocio que permitan aumentar ingresos alcanzando un mayor posicionamiento en el mercado.

Dentro de este contexto encontramos el caso de la empresa colombiana Alarmas Multi-Servicios Ltda la cual es objeto de estudio del presente caso, respecto a la cual se analizaron diferentes variables partiendo de una lista de verificación enfocada en su dimensión tecnológica, encontrando que carece de un sistema de información que sirva como apoyo a la gestión desde el punto de vista estratégico para la toma de decisiones; su estructura organizacional centralizada en la gerencia general trae como consecuencia limitaciones desde la planeación, hasta la definición de estrategias para desarrollar nuevos negocios que sean rentables, permitiéndole enfrentar adecuadamente el entorno económico y la creciente innovación tecnológica a la que se exponen las empresas hoy en día para que sea más competitiva.

Revisión Bibliográfica

Tomando como base diferentes artículos, teorías y estudios desde diferentes puntos de vista y enfoques relacionados con tecnologías de información y comunicación que se han desarrollado para ofrecer a las empresas la posibilidad de alcanzar un mayor rendimiento organizacional, se establecen planteamientos para potenciar la dimensión tecnológica de la empresa Alarmas Multi-Servicios Ltda., que estarán respaldados por el concepto de varios autores.

Las tecnologías de la información y comunicación según (Hernandez, 2013) se constituyen un conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que tienen como finalidad la mejora continua de la empresa y de sus servicios, lo cual resulta indispensable para una empresa como Alarmas Multi-Servicios Ltda., en la cual se pueden proponer cambios que le permitan aumentar su rendimiento; (Plunkett, 2000) señala que para asegurar que las TIC apoyen el rendimiento de las organizaciones se deben seleccionar los proyectos que tienen mayor importancia para la empresa, desarrollar indicadores para medir su productividad y valor agregado haciéndolas más competitivas y esos resultados deben ser divulgados e integrados a la organización generando sostenibilidad (Alderete, 2012).

Pero ese rendimiento puede resultar un tanto subjetivo para las directivas de la empresa, toda vez que los buenos resultados financieros no son garantía de que una empresa sea sostenible y capaz de desarrollar nuevos negocios innovadores en el futuro como lo afirma (R. Dobbs, 2006), lo cual se identifica con la situación actual de la empresa que se está estudiando.

Por lo tanto, para generar cambios dentro de la empresa se debe dar importancia a la parte tecnológica pero no orientada solo a los productos que ofrece, sino a la primera aplicación de los conocimientos científicos y técnicos en la solución de los problemas actuales, de tal manera que se generen cambios significativos y radicales que la lleven a introducir, proponer y desarrollar nuevos productos y/o servicios como lo plantean (Molina Manchón, 2000).

Autores como (Senge, 2005) ofrecen estrategias y herramientas para construir una organización abierta al que le brinde al empresario las herramientas para salir de las formas comunes de pensar para encontrar nuevas ideas rectoras, desarrollando gradualmente un nuevo tipo de organización que pueda enfrentar los problemas de la actualidad y la lleve a invertir en sus capacidades para afrontar el futuro, lo cual podemos visualizar en la empresa teniendo en cuenta su marcada estructura centralizada y la dependencia de la gerencia general en la toma de decisiones.

Por otra parte (Perez, 2012) describe aspectos teórico conceptuales sobre los sistemas de información en las Instituciones basados en la investigación, como herramienta para la toma de decisiones y la organización de la información, lo cual resulta clave para estudiar empresas del mismo sector que han logrado éxito y posicionamiento, lo cual será la base fundamental para el planteamiento de la estrategia que propondremos para este caso.

(Begoña Gómez Nieto, 2013) Afirma que las nuevas tecnologías han revolucionado el panorama social y comunicativo, especialmente en el mundo empresarial, en el que las grandes empresas han sido pioneras en incorporar a sus formas de comunicación las nuevas tecnologías, seguidas de las pequeñas y medianas empresas (pymes), siendo este el sector al cual pertenece la empresa Alarmas Multi-Servicios Ltda.

Metodología

Inicialmente se realiza un análisis de la situación actual de la empresa haciendo énfasis en su dimensión tecnológica, tomando como base diversas herramientas que permitieron identificar diversas variables y la correlación entre las mismas. Las herramientas utilizadas y la información obtenida del desarrollo de estas se describe a continuación:

Listado de Chequeo Dimensión Tecnológica

DIMENSIÓN TECNOLOGÍA		
No.	ENUNCIADOS	PUNTAJE
1	La empresa dispone de un Sistema de Información que sirva de apoyo para la toma de decisiones	2
2	La información contable está soportada en un software confiable	3
3	La información de los proveedores y clientes está sistematizada	3
4	La empresa tiene su portal en Internet	
5	El portal empresarial es amigable para el acceso del cliente	
6	La empresa utiliza adecuadamente Internet, Intranet y extranet	3
7	El sistema de Información de la empresa está protegido contra virus y violaciones externas (firewalls)	
8	La información del Sistema de Información es actualizada frecuentemente	
9	La empresa conserva copias de seguridad de la información básica del negocio	
10	La empresa utiliza TI para reducir costos	3
11	La empresa utiliza TI para diferenciar productos y servicios	
12	El personal comercial dispone de acceso vía dispositivos móviles	2
13	La empresa utiliza medios tecnológicos para recopilar, organizar y compartir el conocimiento de negocios dentro de la organización	2
14	La empresa utiliza algún formato de Comercio electrónico	
15	La empresa tiene Servicio postventa al cliente a través de internet	2
16	La empresa tiene Empleados capacitados en el uso de internet	
17		
18		
19		
20		
PUNTAJE TOTAL		2,50

Imagen 1. Lista de Chequeo Dimensión Tecnológica

Fuente: Elaboración propia por medio de plantilla de condiciones iniciales para el diagnóstico

La calificación para la lista de chequeo se realizó tomando como base la escala que a continuación se relaciona con calificaciones entre 1 y 5, siendo 1 la menor.

ESCALA DE CALIFICACION PARA LISTA DE CHEQUEO
1. Corresponde a aquellas acciones que no realiza en su empresa.
2. Corresponde a aquellas acciones que ha planeado hacer y están pendientes de realizar.
3. Corresponde a aquellas acciones que realiza, pero no se hacen de manera estructurada (plan).
4. Corresponde a aquellas acciones que realiza de manera estructurada y planeada.
5. Corresponde a aquellas acciones que realiza de manera estructurada, planeada y cuentan con acciones de mejoramiento continuo.

El resultado obtenido ubica a la dimensión tecnológica en un estado crítico con un puntaje total de 2,50 encontrando que los enunciados calificados se encuentran según la escala como acciones que han sido pensadas más no desarrolladas o que se llevan a cabo pero no de forma estructurada partiendo de un adecuado plan de acción. El resultado obtenido para la Dimensión Tecnológica comparado con las demás dimensiones de la empresa se muestra a continuación:

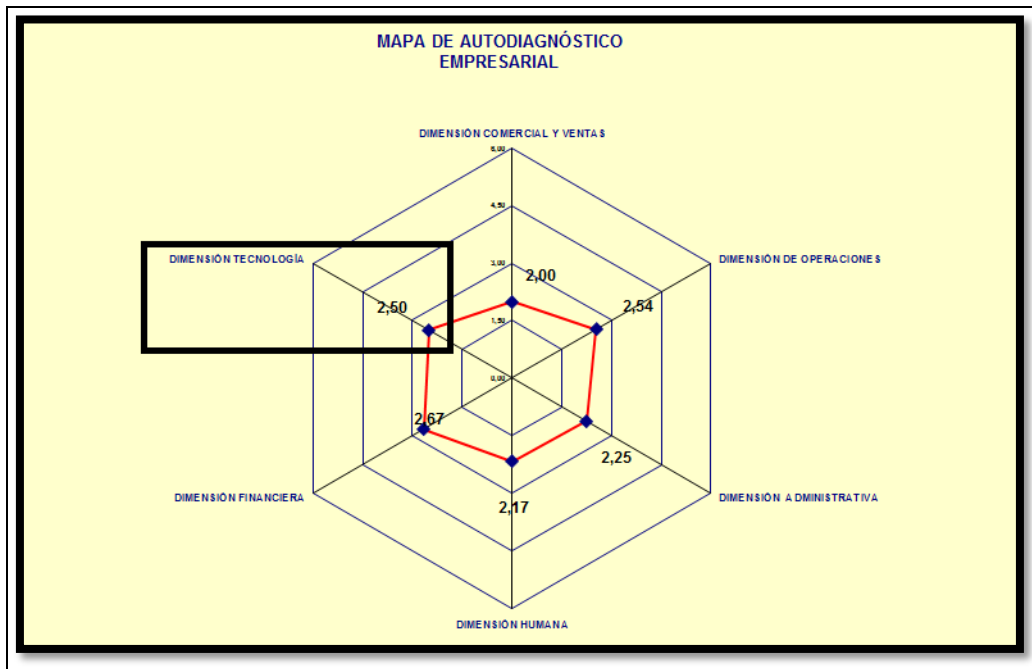


Imagen 2. Mapa de Autodiagnóstico Empresarial

Fuente: Elaboración propia basada en la Lista de Chequeo condiciones iniciales para el diagnóstico

Matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos)

Una vez realizado el análisis de la matriz se identifica que dentro de las fortalezas y debilidades identificadas, las que sobresalen y se relacionan directamente con la dimensión tecnológica y el enfoque dado al caso respecto a la misma son:

- **Fortaleza:** La tecnología de sus productos se encuentra a la vanguardia y de acuerdo a los avances tecnológicos para seguridad electrónica.

Matriz de Evaluación de Factores Internos - MEFI			
Factores Críticos de Éxito			
Fortalezas	Peso	Cal	Promedio Ponderado
Contar con 38 años de experiencia en el sector	10%	4	0,4
Contar con clientes vigentes que lo han respaldado desde su fundación	9%	4	0,36
La administración de los inventarios garantiza niveles adecuados de uso y control	4%	3	0,12
Conocimiento del negocio	8%	4	0,32
Contar con infraestructura propia adecuada para atender sus necesidades de funcionamiento y operación actual y futura	4%	3	0,12
Los productos o servicios de la empresa cumplen con las normas técnicas nacionales e internacionales establecidas para su sector o actividad económica	5%	3	0,15
La empresa cumple con los compromisos adquiridos con sus acreedores de manera oportuna	6%	3	0,18
La tecnología de sus productos se encuentran a la vanguardia y de acuerdo a los avances tecnológicos para seguridad electrónica	6%	3	0,18
Subtotal	52%		1,83

Por otra parte se identifican sus principales debilidades dentro de las cuales se identifica la falta de planeación estratégica, lo cual impide que se genere una adecuada comunicación, entre la gerencia general y las demás áreas de la empresa, lo cual impacta directamente en la toma de decisiones, pues no se realizan de manera eficaz, lo cual ha llevado a que la empresa no avance de acuerdo con el crecimiento del sector y tampoco le permite crear estrategias orientadas al desarrollo de nuevos negocios.

TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD – DIMENSION TECNOLOGICA

Debilidades	Peso	Cal	Promedio Ponderado
La empresa no cuenta con una estrategia de marketing que le permita identificar nuevos nichos de mercado, necesidades de producto y/o servicios por lo que no se desarrollan iniciativas para mejoramiento de la marca y posicionamiento frente a los clientes y la competencia	5%	1	0,05
No se cuenta con una base de datos que facilite construir perfiles específicos y de valor de segmentos, canales y consumidores	5%	1	0,05
La empresa no cuenta con una política de calidad que le permita ejecutar acciones de mejoramiento (correctivas y preventivas, pruebas metrologicas e inspecciones) necesarias para garantizar la calidad del producto o servicios	10%	2	0,2
La empresa no tiene definidos y documentados sus procesos financieros, comerciales y de operaciones	4%	1	0,04
La innovación no es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera fundamental para su supervivencia y desarrollo, tampoco cuenta con personal calificado para la investigación de nuevas tecnologías o procesos	4%	1	0,04
La empresa no cuenta con un programa estructurado de gestión de recursos humano que incluya selección, inducción, capacitación, seguimiento, evaluación, promoción y retención de personal	8%	2	0,16
No existe planeación adecuada y estructurada para la ejecución del presupuesto, análisis de flujos de fondos que sirvan como base para la toma de decisiones frente a nuevos proyectos de inversión	4%	1	0,04
La empresa no cuenta con planeación estratégica que permita llevar una comunicación eficiente entre la gerencia general y las demás áreas, dificultando la toma de decisiones oportuna y eficaz de acuerdo con el ritmo en que se comporta el sector.	8%	2	0,16
Subtotal	48%		0,74
Total	100%		2,57

Imagen 3. Matriz MEFI (Evaluación de Factores Internos) - Fuente: Elaboración propia

- Debilidad:** La empresa no cuenta con planeación estratégica que permita llevar una comunicación eficiente entre la gerencia y las demás, dificultando la toma de decisiones oportuna y eficaz de acuerdo con el ritmo en que se comporta el sector. Esta debilidad además impacta directamente en el enunciado 1 de la lista de chequeo inicialmente presentada, donde se indica que la empresa no cuenta con un sistema de información que sirva como apoyo en la toma de decisiones, que es el punto clave en el análisis realizado para esta dimensión.

Matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos)

Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE			
Factores Críticos de Éxito			
Oportunidades	Peso	Cal	Promedio Ponderado
La empresa podría diversificar fácilmente ya que todos los competidores terminan vendiendo los mismos productos y servicios	7%	3	0,21
El aumento de la inseguridad en ciudades como Bogotá en zonas específicas	7%	3	0,21
Expandir el mercado a ciudades intermedias	10%	4	0,4
La fuerza de productos sustitutos es baja lo cual representa una gran oportunidad	7%	3	0,21
El posicionamiento de la marca es una oportunidad para crear estrategias de crecimiento	7%	3	0,21
Apertura de TLC es una oportunidad para importar nueva tecnología	8%	4	0,32
Después de terminar el proceso de paz en el país, un alto porcentaje de la población reinsertada hará que se incrementen los delitos en las ciudades	7%	3	0,21
Subtotal	53%		1,77
Amenazas	Peso	Cal	Promedio Ponderado
El sector crece aceleradamente por encima de lo que crece la economía colombiana	7%	2	0,14
Aumento de ilegalidad en el sector	6%	1	0,06
La volatilidad del dólar encarece el costo de los sistemas	6%	1	0,06
Bajas políticas arancelarias se constituyen como plataforma de entrada de nuevos competidores	5%	1	0,05
Alto volumen de competidores en el mercado	10%	2	0,2
Dependencia de compra de productos a distribuidores y no a fabricantes directamente	8%	2	0,16
Alto nivel de liquidez de las empresas del sector es suficiente para constituirse en barrera de entrada	5%	1	0,05
Subtotal	47%		0,72
Total	100%		2,49

Imagen 3. Matriz MEFE (Evaluación de Factores Externos) - Fuente: Elaboración propia

Mediante esta matriz se identifican las siguientes oportunidades y amenazas que apuntan al planteamiento dado desde el punto de vista de la dimensión tecnológica:

- **Oportunidades:** La empresa puede diversificar fácilmente teniendo en cuenta que los competidores ofrecen los mismos productos y servicios. El posicionamiento de la marca se convierte en una oportunidad para crear estrategias de crecimiento. Teniendo en cuenta lo anterior es importante comenzar a estudiar a la competencia con el fin de desarrollar alternativas efectivas de crecimiento y competitividad.
- **Amenazas:** El sector crece aceleradamente por encima de lo que crece la economía colombiana y se tiene un alto volumen de competidores en el mercado, por lo cual es importante revisar qué aspectos marcan la

diferencia para tomarlos como oportunidades de desarrollo de nuevos negocios.

Matriz DOFA

Una vez que se establecieron las principales Oportunidades, Debilidades, Fortalezas y Amenazas de la empresa Alarmas Multi-Servicios Ltda., se realiza un análisis basado en el cruce de los factores internos y externos, lo cual permitió identificar las principales posiciones como punto de partida que determinarán el rumbo de la estrategia más adecuada para la fortalecer la dimensión tecnológica de la empresa, así:

POSICION (DO)	POSICION (FO)
Diseñar estrategia para incursionar en el mercado de ciudades intermedias	Desarrollo de estrategias de penetración de mercado en nuevas ciudades, teniendo como respaldo la experiencia en el sector
Adquisición de un CRM que permita estructurar los perfiles de clientes actuales y potenciales para concretar planes de acción	Orientar productos y servicios en zonas de alta vulnerabilidad en la ciudad creando portafolios específicos de acuerdo a estas necesidades
Estudio de importación de productos tomando como base las políticas y beneficios arancelarios del TLC	Fortalecer estrategias de fidelización y captura de nuevos clientes potenciales mediante referenciación de clientes actuales
Fortalecer el enfoque estratégico de la empresa para desarrollar planes de acción orientados a incrementar las ventas	Reingeniería de los servicios y productos actuales con innovación

POSICION (DA)	POSICION (FA)
Incursionar en el mercado con nuevas técnicas de investigación y consultoría orientada a la seguridad de las empresas	Orientar el portafolio de productos y servicios a sectores empresariales que le permitan ampliar clientes y posicionamiento
Desarrollar políticas de compra a fabricantes y no a distribuidores	Definir línea de negocio orientada a entidades de seguridad del estado para fortalecer sus medios de monitoreo y seguimiento
Fortalecer la fuerza de ventas con políticas claras y estrategias de marketing digital	Aprovechar el conocimiento del negocio para diseñar líneas de negocio orientadas a frentes de seguridad que fortalezcan la seguridad de la comunidad
Definir claramente el enfoque estratégico de la compañía para orientar todas las áreas en el crecimiento de ventas y posicionamiento	Asistir a las principales ferias internacionales de seguridad para hacer identificación y negociación directa con fabricante

Imagen 4. Matriz DOFA (Cruce de factores internos y externos) - Fuente: Elaboración propia

En las imágenes anteriores se resalta las posiciones que están más enfocadas con los planteamientos realizados en cuanto a la implementación de tecnologías de información y comunicación que generen mayor rendimiento organizacional y el desarrollo de la competitividad en la empresa.

Desarrollo

Como resultado de la metodología anteriormente descrita, mediante la cual se identificó claramente la necesidad de que la empresa Alarmas Multi-Servicios Ltda., desarrolle nuevos planes de acción y negocios rentables, orientados no solo al crecimiento en ventas, sino también a incursionar en el mercado con nuevas técnicas de investigación y consultoría, apoyada en las diferentes tecnologías de información y comunicación que han sido desarrolladas, se plantea como estrategia la implementación de una de ellas, el **BENCHMARKING**, teniendo en cuenta que esta es una herramienta que le ofrecerá la posibilidad de competir con mayores ventajas, pues si bien la empresa cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguridad electrónica y privada, resulta imprescindible enfocarla a resolver sus problemas actuales y fortalecer las ventajas competitivas haciéndolas sostenibles y duraderas.

Se denomina “Benchmarking” al estudio comparativo en áreas o sectores de empresas competidoras con el fin de mejorar el funcionamiento de la propia organización (Boxwell, 1995).

El Benchmarking será una herramienta estratégica en la empresa que estará orientada no solo a la recolección de datos e información, sino que apuntará a obtener mejoramiento de sus operaciones en su estructura productiva y en las políticas que actualmente se tienen para lograr mayores ventajas competitivas que al final redundaran en un mejor desempeño financiero.

De aquí que el proceso de Benchmarking en la empresa se llevará a cabo con la realización de los siguientes pasos esenciales (Cabral, 2003):

1. Planeación, para determinar que empresas serán parte del proceso de estudio y en que contribuirán, para ello se propone la mejor posicionada en el mercado, pasando por una que se encuentre en una escala de ubicación media y 1 o 2 competidores del mismo nivel.
2. Reunir la información para establecer la comparación básica entre estas y Alarmas Multi-Servicios Ltda.
3. Analizar las diferencias entre cada una de ellas respecto a tamaño, servicios, clientes actuales, posicionamiento de marca y sus socios o propietarios, este análisis debe realizarse de manera individual y colectiva.
4. Por último se adoptarán o aplicarán los cambios necesarios para mejorar la situación actual de la empresa, basados en las mejores prácticas de las empresas analizadas, cambios que se constituirán en nuevas políticas, indicadores y demás herramientas para re-orientar el rumbo de la empresa y servirán como insumo para mejorar el desempeño de la empresa.

Lo anterior dará como resultado un definitivo cambio de estrategias e instrumentos que le permitirán a la empresa innovar, con mayor conocimiento de la competencia y de sí misma como organización, convirtiéndose en una herramienta estratégica.

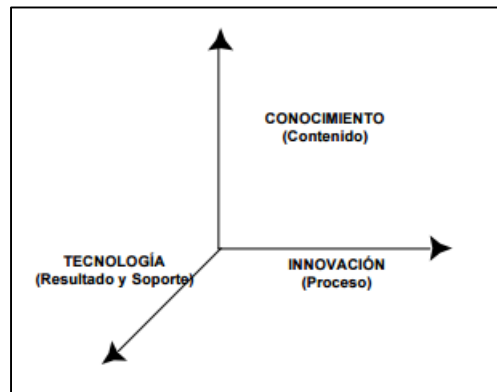


Imagen 5. Relaciones entre los conceptos Fuente: Juan Gonzalo Castellanos (2003) - PYMES INNOVADORAS. CAMBIO DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS

TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD – DIMENSION TECNOLOGICA

Con esta estrategia se lograrán mejoras en el desempeño y rendimiento empresarial que podrán ser evidenciadas en los siguientes aspectos:

- Índices de innovación anual superiores
- Crecimiento en ventas anuales
- Utilidad Neta superior en el primer año de implementación

Para el desarrollo de la estrategia se realiza el mapa estratégico de la dimensión de Tecnología que se tomará como base para la implementación y desarrollo de la estrategia.

No	DIAGNÓSTICO: Inventario de Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	OBJETIVOS: que se pretende lograr, de manera concreta, en el mediano plazo	ESTRATEGIA: acciones para alcanzar el objetivo planteado	METAS: que se pretende lograr en el corto plazo; son pasos para alcanzar el objetivo	TACTICAS: acciones que se requiere realizar para lograr la meta	RESPONSABLE: quien o que área son las responsables de la ejecución	FECHA de Inicio	FECHA de Terminación	PRESUPUESTO: en cuanto se calcula el costo de las acciones planteadas	INDICADOR: con que elemento se va a controlar la acción planteada
1	La empresa no dispone de un Sistema de Información que sirva de apoyo para la toma de decisiones	Implementar Tecnologías de Información y Comunicación que potencian la competitividad de la empresa para desarrollar nuevos negocios incrementando su rendimiento organizacional	Implementación del Benchmarking en la empresa como herramienta para desarrollar estrategias sostenibles y duraderas	Aprobación de la gerencia general para la implementación de la estrategia	Presentación de una propuesta concreta en cuanto a costos, acciones y beneficios	Gerencia General	ene-16	ene-16	\$0	Proceso de Benchmarking en la empresa
2				Desarrollo del 100% de las actividades del proceso de Benchmarking	Contratación de profesional para liderar el proyecto y un asistente para procesamiento de datos e información	Tecnología	ene-16	mar-16	\$6.500.000	Cumplimiento a cronograma de actividades
3				Definir e implementar cambios necesarios para la mejora de la empresa	Entrega de resultados del estudio y PDA a realizar	Tecnología	abr-16	jun-16	\$20.000.000	% de Indices de Innovación % de Incremento en Ventas % de Utilidad Neta

Imagen 6. Mapa estratégico Dimensión Tecnología - Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Actualmente las pymes colombianas cuentan con numerosas fuentes de creación de valor, al igual que con factores de riesgo y vulnerabilidad, sin embargo, la vulnerabilidad y el desempeño organizacional deben ser fuente para proponer nuevas alternativas que permitan a las empresas potenciar su rendimiento empresarial, orientado a la utilización eficaz y eficiente de sus recursos, a la sinergia entre sus áreas funcionales y a no solo limitarse al resultado de sus indicadores financieros. Es una invitación a ir más allá, dando cabida dentro de las empresas a tecnologías de información y comunicación que les permitan auto diagnosticarse ampliando su visión hacia el futuro para desarrollar la gestión del conocimiento interno y externo.

Es indiscutible la reflexión respecto a la necesidad de profundizar en los aspectos que la empresa Alarmas Multi-Servicios Ltda. está manejando de manera informal y sus efectos en las capacidades de innovación y desarrollo de nuevos negocios, que se pueden lograr mediante la implementación de tecnología y formulación de estrategias para obtener una estructura organizacional más sólida, que le permita reorientar el rumbo de la empresa hacia una mayor participación y reconocimiento en el mercado de forma dinámica.

Teniendo en cuenta lo anterior se propone la implementación del benchmarking como herramienta estratégica que brindará a la empresa la posibilidad de incrementar su rendimiento organizacional, ampliar la gestión del conocimiento en sí misma y del sector para ser más competitiva, lo cual garantizará su sobrevivencia y prosperidad, ampliando su visión para llegar a ser una de las empresas con mayor reconocimiento a nivel nacional.

Bibliografía

Hernández, A., Marulanda, C. E., & López, M. (2014). Análisis de Capacidades de Gestión del Conocimiento para la Competitividad de PYMES en Colombia. *Información Tecnológica*, 25(2), 111-122. doi:10.4067/S0718-07642014000200013

Sierra, M. S. (2007). Inteligencia artificial en la gestión financiera empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (23), 153-186.

Hernández, A., Marulanda, C. E., & López, M. (2014). Análisis de Capacidades de Gestión del Conocimiento para la Competitividad de PYMES en Colombia. *Información Tecnológica*, 25(2), 111-122. doi:10.4067/S0718-07642014000200013

SAMPER, LAURA SUÁREZ. 2011. "RE-INVENTA TU NEGOCIO." *Entrepreneur Mexico* 19, no. 4: 36-40. Academic Search Premier, EBSCOhost (accessed September 18, 2015).

Romaní, J. C. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Zer: Revista De Estudios De Comunicacion*, 14(27), 295-318.

Sánchez, R. M., Mateo, C. L., & Soto, R. C. (2012). La metodología utilizada en el diagnóstico de PYMES con un Sistema Experto de Benchmarking: PDG® Manufacturier. *Administracion Y Organizaciones*, 15(28), 29-54.

Fonseca Pinto, D. E. (2013). La prospectiva y el conocimiento de las TICs en las pymes del departamento de Boyacá (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (34), 1-20.

Gómez Nieto, B., Tapia Frade, A., & Garrido Cid, B. (2015). Integración de las TIC en la gestión de la comunicación de las pymes españolas: el sector hotelero vallisoletano. *Zer: Revista De Estudios De Comunicacion*, 20(38), 211-231.

Alderete, M. V. (2012). MEDICIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN EMPRESAS DE SERVICIOS DE COLOMBIA. *Cuadernos De Administración* (01203592), 25(45), 39-62.

Estrada-Hernández, J. A., & León-Robaina, R. (2013). La integración de las tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial. *Santiago*, (132), 634-646.

Sánchez, R. M., Mateo, C. L., & Soto, R. C. (2012). La metodología utilizada en el diagnóstico de PYMES con un Sistema Experto de Benchmarking: PDG® Manufacturier. *Administracion Y Organizaciones*, 15(28), 29-54.

Boxwell, R. J., Rubiera, I. V., McShane, B., & Zaratiegui, J. R. (1995). Benchmarking para competir con ventaja. McGraw-Hill.