



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL

ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL  
ECUATORIANO: COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TURÍSTICO COTURCIP  
S.A EN LA CIUDAD DE MACHALA

AGUILAR JIMENEZ GABRIELA MICHELLE  
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL

ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS EN EL CONTEXTO  
EMPRESARIAL ECUATORIANO: COMPAÑÍA DE TRANSPORTE  
TURÍSTICO COTURCIP S.A EN LA CIUDAD DE MACHALA

AGUILAR JIMENEZ GABRIELA MICHELLE  
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL  
ECUATORIANO: COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TURÍSTICO COTURCIP S.A EN LA  
CIUDAD DE MACHALA

AGUILAR JIMENEZ GABRIELA MICHELLE  
ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL


SALCEDO MUÑOZ VIRGILIO EDUARDO

MACHALA, 06 DE JULIO DE 2018

MACHALA  
06 de julio de 2018

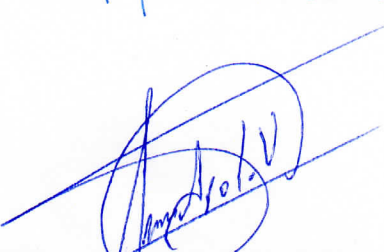
Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Estrategias tecnológicas en el contexto empresarial ecuatoriano: Compañía de Transporte Turístico COTURCIP S.A en la ciudad de Machala, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



---

SALCEDO MUÑOZ VIRGILIO EDUARDO  
0702538729  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

APOLO VIVANCO NERVO JONPIERE  
0703707018  
ESPECIALISTA 2



---

BEJARANO COPO HOLGER FABRIZIO  
0703311373  
ESPECIALISTA 3

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Trabajo de Titulacion URKUND.docx (D40252096)  
**Submitted:** 6/18/2018 11:51:00 PM  
**Submitted By:** gmaguilarj\_est@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

AQUINO GONZLEZ ELIZABETH.docx (D9228895)

Instances where selected sources appear:

1



## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, AGUILAR JIMENEZ GABRIELA MICHELLE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Estrategias tecnológicas en el contexto empresarial ecuatoriano: Compañía de Transporte Turístico COTURCIP S.A en la ciudad de Machala, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

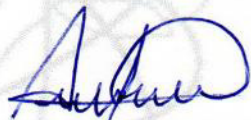
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 06 de julio de 2018



AGUILAR JIMENEZ GABRIELA MICHELLE  
1900484351

## **Estrategias tecnológicas en el contexto empresarial ecuatoriano: Compañía de Transporte Turístico COTURCIP S.A en la ciudad de Machala**

### **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general la elaboración de un plan estratégico de mejoras tecnológicas en la empresa local para tener una llegada a los clientes, tomando como referencia a la empresa COTURCIP S.A. de la ciudad de Machala. El propósito de estudio realizado es crear un plan estratégico para poder implementar nuevas estrategias tecnológicas a la empresa para que pueda apoyar sus gestiones y tener una mejor llegada a sus clientes. Para cumplir con el objetivo planteado se realizó un estudio descriptivo de la empresa, utilizando la técnica de entrevista al gerente de la empresa; y además se hizo uso de fuentes secundarias como lo son la revisión bibliográfica de papers científicos. Sin embargo para el desarrollo de la investigación se ha realizado un diagnóstico de la empresa y del sector, que permita evaluar e identificar el desempeño actual de la empresa con el fin de adecuar estrategias tecnológicas que mejoren el funcionamiento de la organización, generando un valor agregado a la prestación de su servicio.

En base a la información obtenida se ha realizado un análisis de la matriz FODA para poder alinear las estrategias tecnológicas en la empresa y a su vez implementar un plan estratégico a corto plazo, proyectado a 6 meses, teniendo en cuenta que los cambios tecnológicos están en constante innovación.

**Palabras claves:** estrategias tecnológicas, empresa, plan estratégico, FODA

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work is to prepare a strategic plan for technological improvements in the local company so that it can reach customers, taking as a reference the company COTURCIP S.A. from the city of Machala. The purpose of the study is to create a strategic plan to be able to implement new technological strategies to the company so that it can support its efforts and have a better arrival to its clients. In order to comply with the stated objective, a descriptive study of the company was carried out, using the technique of interviewing the manager of the company; and in addition, secondary sources were used, such as the bibliographical review of scientific papers. However, for the development of instigation, a diagnosis has been made of the company and the sector, which allows to evaluate and identify the current performance of the company in order to adapt technological strategies that improve the functioning of the organization, generating added value to the provision of their service.

Based on the information obtained, an analysis of the SWOT matrix has been carried out in order to align the technological strategies in the company and at the same time implement a short-term strategic plan, projected at 6 months, taking into account that technological changes are constantly innovation.

**Keywords:** technological strategies, company, strategic plan, SWOT



## CONTENIDO

RESUMÉN.....	i
ABSTRACT.....	ii
CONTENIDO.....	iii
LISTA DE TABLAS Y ANEXOS.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	5
1. DESARROLLO.....	6
1.1. Estrategias tecnológicas en las empresas.....	6
1.2. Herramientas tecnológicas en empresas de servicio.....	6
1.3. Plan Estratégico.....	7
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	8
2.1. Antecedentes de la empresa.....	8
2.2. Actividad Principal a la que se dedica la Empresa.....	8
2.3. Imagen de la empresa.....	9
2.4. Misión.....	9
2.5. Visión.....	9
2.6. Competidores.....	9
3. MODELO DE PLAN ESTRATÉGICO.....	10
3.1. Matriz FODA.....	10
3.1.1. Análisis Interno.....	10
3.1.2. Análisis Externo.....	10
3.1.3. Análisis de la Matriz FODA de Coturcip S.A.....	10
3.2. Estrategias de la Matriz FODA de Coturcip S.A.....	10
3.3. Presupuesto.....	14
3.4. Cronograma de Plan Estratégico.....	14
4. CONCLUSIONES.....	15
BIBLIOGRAFÍA.....	16
ANEXOS.....	17

## **LISTA DE TABLAS Y ANEXOS**

	<b>pág</b>
<b>A. MATRIZ FODA</b>	<b>11</b>
<b>B. ESTRATEGIAS DE LA MATRIZ FODA DE COTURCIP. S.A.</b>	<b>11-12</b>
<b>C. PRESUPUESTO</b>	<b>13</b>
<b>D. CRONOGRAMA</b>	<b>14</b>
<b>E. ORGANIGRAMA</b>	<b>17</b>

## INTRODUCCIÓN

Las estrategias tecnológicas son un fenómeno global que ninguna empresa puede pasar por alto, debido a su necesidad de estar en constante innovación y desarrollo tecnológico para la mejora continua, logrando así ser más competitiva dentro del mercado. Debido a que “la innovación tecnológica examina las grandes empresa, ya que destaca de ellas su tecnología para la mejora significativa de servicios o productos” Corrêa Jannuzzi, Sugahara y Rodrigues (2015)

En el Ecuador las grandes empresas están buscando lograr ser un modelo de negocio innovador y exitoso analizando los cambios más relevantes dentro y fuera de la empresa para poder adaptarlos a las nuevas estrategias de negocios y así poder detectar las ventajas y valorarlas para ejecutarlas de manera planificada y controlada.

Actualmente la mayoría de empresas se consideran escasas en cuanto a su información recabada en estrategias de innovación y herramientas tecnológicas debido a que en la gestión ambiental, la sostenibilidad y las herramientas tecnológicas están recién gestionando, sin embargo se estima introducirse en el estudio de empresas que aún no hacen uso de este gran beneficio para poder mejorar sus servicios y así ser competitivos dentro del mercado (Bernal Conesa, De Nieves Nieto y Briones Peñalver 2016).

En la ciudad de Machala, no todas empresas están capacitadas en la ejecución de un plan estratégico, puesto que esto implica un gasto adicional en la apertura de ellas o en algunos casos conlleva al cierre de la empresa, ya que no realizan un estudio de mercado para emprender su negocio y saber las ventajas y desventajas que tendrán en su mercado

El presente trabajo de investigación denominado “Estrategias tecnológicas en el contexto empresarial ecuatoriano: Compañía de Transporte Turístico COTURCIP S.A en la ciudad de Machala” pretende implementar estrategias tecnológicas a una empresa de servicios, con el fin de apoyar sus gestiones y llegar a sus clientes, por lo tanto el objetivo principal es la elaboración de un plan estratégico de mejoras tecnológicas en la empresa local para tener una llegada a los clientes. Y entre los objetivos específicos tenemos; realizar una matriz FODA de la empresa, determinar las estrategias tecnológicas que posee la empresa, elaborar un presupuesto de la elaboración del plan estratégico que se realizará a través de un cronograma que servirá para la mejora continua de la empresa, y será de gran ayuda a la para apoyar sus gestiones y de esta manera poder tener mayor llegada hacia los clientes.

## **1. DESARROLLO**

### **1.1 Estrategias tecnológicas en las empresas**

Las estrategias son un conjunto de decisiones que se plantea una empresa para aumentar su producción o ventas dentro del mercado, así como Ynzunza Cortés y Izar Landeta (2013) expresan que “una estrategia bien formulada debe adaptarse al medio ambiente como una competencia que desarrollan las grandes empresas para explorar nuevas áreas con flexibilidad e innovación en la toma de decisiones”.

Es por eso que la mayoría de empresas utilizan las TIC's porque les ayuda a procesar, administrar y compartir información a través del internet. Como lo indica García Álvarez (2013) “Actualmente en las empresas, las TIC's son muy importantes por todos los beneficios que les ofrecen, ya que les ayuda a ser más competitivas mediante la flexibilidad y dinamismo para competir en el mercado”.

En el Ecuador, las estrategias tecnológicas están siendo aplicadas por varias empresas, según el estudio de las herramientas tecnológicas, estas son muy importantes para las telecomunicaciones y para el uso de la publicidad a través de redes sociales, ya que esto les contribuye al desarrollo de la empresa, y para tener una mejor comunicación interna en la misma.

En la ciudad de Machala, la empresa COTURCIP S.A. necesita herramientas tecnológicas que permitan desarrollar nuevas estrategias que brinden a la empresa, la posibilidad de consolidarse en el mercado y le permita lograr un mayor posicionamiento dentro del mismo.

### **1.2 Herramientas tecnológicas en las empresas de servicio**

Las herramientas tecnológicas son muy importantes e impredecibles en la actualidad, ya que esto ayuda a las empresas a innovar, mejorar y aumentar sus ventas.

Las herramientas tecnológicas, que no pueden faltar en una empresa, son:

#### **Ø Correo electrónico con el nombre de la empresa**

No es necesario tener una página web al momento de iniciar una empresa, pero si se debería comprar un dominio y un servicio de correo electrónico que identifique a la empresa para poder comunicarse con ella de manera más directa, de tal manera que esto generará más seriedad y credibilidad a los usuarios que los correos gratuitos, ya sea para reclamos, dudas o sugerencias de los usuarios de la misma.

### **Ø Un sitio web adecuado**

Toda empresa necesita un sitio web que se encuentre bien adecuado para los clientes, ya que de esta manera la empresa podrá brindar información sobre los servicios que ofrece, sus datos de contactos y también se puede habilitar un servicio de boletería en línea.

### **Ø GPS**

GPS es un sistema de posicionamiento global que se maneja a través de una navegación por satélite que incluyen diferentes sistemas de seguimiento, encriptación y navegación, lo cual proporciona información de ubicación y hora en todos los climas y condiciones de cualquier posición donde haya una línea de visión para 4 o más satélites de GPS (De Abreu Faria, De Melo Silvestre y Feitosa Correia 2016).

### **Ø Las redes sociales**

Últimamente, las redes sociales son un medio de vida muy indispensables para comunicarse, ya que desde los más pequeños hasta los más mayores las manejan. En el caso de las empresas, dan a conocer sus productos o servicios y obtienen una relación más estrecha con sus clientes, sin embargo si se las debe manejar y actualizar seguidamente para poder proporcionar mejor servicio en línea a sus clientes.

### **Ø Un sistema de gestión ambiental**

Un SGA se da a través de las normas ISO 14001, las cuales brindan a las empresas protección del medio ambiente, por el cual son utilizadas para gestionar sus responsabilidades ambientales de manera sistemática que aporte con la sostenibilidad, ya que de esta manera se podrá controlar la perspectiva del ciclo de vida.

Estos tipos de herramientas tecnológicas son implementadas sobre la necesidad que la empresa tenga, ya que cada herramienta requiere un conjunto de actividades y capacidades tecnológicas para poder utilizarlas.

## **1.3 Plan estratégico**

Un plan estratégico se define como un instrumento de recolección de características necesarias para poder organizar y mejorar la empresa, siendo más competitiva y satisfacer las expectativas dentro del mercado, de tal manera que aumentaran sus ventas y ganancias, ya que según lo indica Magaña Magaña, y otros (2013): “Un plan estratégico es una guía que nos permite analizar las estrategias actuales y a futuro para mejorar la empresa”.

## **2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

### **2.1. Antecedentes de la empresa**

La empresa COTURCIP S.A se fundó en el año 2001, con la finalidad de brindar un servicio de transporte turístico de mejor calidad a los clientes, mediante la comodidad de sus vehículos, la puntualidad, la atención y la buena organización administrativa; a través de estrategias tecnológicas que vayan de la mano con la misión y visión de la empresa, logrando de esta manera digerirse a un negocio más competitivo en la ciudad de Machala.

Inicia sus operaciones con 18 vehículos de propiedad de los accionistas, siendo su oficina principal en la ciudad de Machala, en las calles Guayas entre Arizaga y Pichincha. Su ruta inicial fue de Machala a Guayaquil y viceversa, pero en el año 2005 incrementa sus frecuencias a Manta.

Con la finalidad de mejorar sus servicios, en el año 2007 se incrementó dos oficinas más, una en la ciudad de Pasaje y otra en la ciudad de El Guabo, actualmente incrementaron una oficina en la provincia del Azuay.

### **2.2 Actividad principal a la que se dedica la empresa**

COTURCIP S.A. es una empresa de transporte turístico que se dedica a brindar servicio de calidad ofreciendo paquetes turísticos, transporte de pasajeros y envío de encomiendas, ya que cuenta con vehículos cómodos y amplios para brindar un excelente servicio de calidad y exclusividad a sus clientes.

En la actualidad la empresa posee automotores tipo furgoneta con aire acondicionado, sillas reclinables y televisor portátil, pertenecientes a los accionistas de la empresa.

La empresa extiende los servicios a diferentes locaciones a nivel nacional: adquiere convenios con cadenas hoteleras y agencias de viajes para ofrecer un mejor paquete turismo. Como también ofrece servicios exclusivos de turismo y encomiendas a personas nacionales como extranjeras y cuenta con diferentes rutas de destinos tanto a nivel nacional como extranjero.



## 2.3 Imagen de la empresa



La imagen de la empresa trata de alinearse con las características que definen a la empresa, que le ayuda a construir su propia identidad y que manda un mensaje a los usuarios sobre qué es lo que hacemos y cómo lo hacemos, ya que muchas veces no reconocemos la debida importancia del logotipo.

El diseño del logotipo de la empresa debe ser una decisión meditada, ya que va hacer la carta de presentación definitiva, es decir que el logotipo de la empresa se representa como una única identidad, por la cual los clientes podrán identificarla en distintos contextos y le permitirá diferenciarse de la competencia.

## 2.4 Misión

Ser líderes en el servicio de transporte turístico a nivel nacional brindando; calidad, eficiencia y compromiso con nuestros clientes.

## 2.5 Visión

Satisfacer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes y lograr posicionar nuestra imagen corporativa en el mercado nacional con el fin que nuestros clientes se sientan complacidos de los servicios que brinda nuestra empresa.

## 2.6 Competidores

Todas las empresas se encuentran competencia, por lo tanto, es necesario que estén en constante innovación y de herramientas tecnológicas para que puedan potenciar sus productos y así aumentar sus ganancias. Según Guerrero Dávalos , Valverde Aparicio y Tatiana Gorjup (2013) afirman que la competencia se basa en los procesos de recursos humanos, ya que estos dependen del esfuerzo y responsabilidad en el labor de trabajo de cada empleado para que la empresa aumente su productividad a través del rendimiento y rentabilidad de la misma.

Así mismo Ceceña Hernández (2013) nos dice que: “La ventaja competitiva es lo que se destaca de cualquier producto o servicio frente a los de diferentes empresas en un mercado determinado”.

La empresa tiene un fuerte competencia como es la empresa OROGUAYAS, la cual es una línea de transporte ejecutivo de pasajeros interprovincial El Oro – Guayas, su misión es

brindar el mejor servicio de transporte de pasajeros ejecutivo y servicio de encomiendas, en modernas y confortables unidades, para que su viaje de placer o negocios sea una verdadera satisfacción.

### **3. MODELO DE PLAN ESTRATÉGICO**

#### **3.1 Matriz FODA**

Según Labra Salgado, Rivera y Reyes García (2017): “La matriz FODA es una herramienta de análisis interno y externo de la empresa, la cual nos ayuda a encontrar sus ventajas y desventajas con el fin de implementar estrategias que beneficien a la empresa”.

##### **3.1.1 Análisis Interno**

El análisis interno se refiere al estudio dentro de la empresa, en donde sus directivos y empleados examinan las fortalezas y debilidades de la empresa, y de esta manera poder resaltar sus ventajas o reducir sus desventajas a través de estrategias de mercado, las cuales les servirán de gran ayuda a la empresa para desarrollarse frente a la competencia en el ámbito empresarial (Arriaga López , Ávalos Cueva y Martínez Orosco 2017).

##### **3.1.2 Análisis Externo**

El análisis externo se refiere al estudio por fuera de la empresa, es decir que consiste en los aspectos relativos de los competidores, tecnología, cambios en la legislación, entre otros aspectos que pueden afectar o beneficiar a la empresa, ya que de esta manera la empresa identifica sus amenazas y oportunidades en el mercado laboral (Burckhardt Leiva, Gisbert Soler y Pérez Molina 2016).

##### **3.1.3 Análisis de la Matriz FODA de COTURCIP S.A**

COTURCIP S.A es la empresa que se dedica al turismo, ya que como a toda empresa se le debe realizar una evaluación tanto interna como externa para ver qué problemas tiene y poder mejorarlos, donde la evaluación interna comprende las fortalezas y las debilidades y la evaluación externa en sus oportunidades y amenazas que existe dentro de la empresa.

**TABLA A**

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	Fortalezas	Oportunidades
<b>POSITIVO</b>	F1 Personal capacitado y experimentado	O1 Aprovechar los atractivos de cada destino
	F2 Acceso a servicio de internet	O2 Mantiene convenio con hoteles, agencias, líneas aéreas.
	F3 Renuevan sus vehículos cada 3 años	O3 Fácil acceso a nuevas herramientas tecnológicas
<b>NEGATIVO</b>	Debilidades	Amenazas
	D1 Analfabetismo tecnológico	A1 La inseguridad por las noches
	D2 Altos costos de inversión en equipos	A2 Mal uso de la tecnología
	D3 No cuentan con un sistema de gestión ambiental	A3 Falta de plataforma virtual

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

### 1.3 Estrategias de la Matriz FODA de Coturcip. S.A.

**TABLA B**

ESTRATEGIAS PARA F-D	ESTRATEGIAS PARA D-O	ESTRATEGIAS PARA D-A
Capacitar al personal administrativo sobre el uso de las herramientas tecnológicas actuales. E(F1-D1)	Promocionar el turismo a través de las redes sociales. E(D1-O1)	Capacitar al personal sobre el uso del sistema de GPS para poder tener una mejor seguridad en sus viajes. E(D1-A1)
Creación y uso de una red local. E (F2-D2)	Aprovechar los convenios para dar a conocer masivamente nuestro servicio a través de las redes sociales. E(D2-O2)	Utilizar los recursos propios para aumentar la publicidad y generar convenios con diferentes destinos turísticos. E(D2-A2)
Implementar un sistema de gestión ambiental para reducir la contaminación de sus vehículos. E(F3-D3)	Contratar personal de marketing y un gestor ambiental para aplicar nuevos sistemas de mejora tecnológica. E(D3-O3)	Crear una plataforma virtual con la implementación de un SGA en la empresa para reducir el impacto ambiental. E(D3-A3)
ESTRATEGIAS PARA O-A	ESTRATEGIAS PARA F-O	ESTRATEGIAS PARA A-F
Implementar el sistema de GPS en los vehículos para contrarrestar la delincuencia. E(O1-A1)	Mantener capacitado a todo su personal a través de convenios institucionales. E(F1-O1)	Controlar los vehículos a través del sistema de GPS para evitar asaltos, capacitando a su personal de su correcto uso. E(A1-F1)
Utilización adecuada del internet como herramienta de promoción. E(O2-A2)	Crear paquetes turísticos para captar los mercados que no son atendidos por la competencia. E(F2-O2)	Mejorar los recursos tecnológicos con sus propios recursos, ya que la competencia la persigue. E(A2-F2)
Crear una plataforma virtual para poder dar a conocer su servicio ejecutivo a la ciudadanía.	Realizar mantenimiento de los vehículos mensualmente para evitar daños. E(F3-O3)	Con la disminución del consumo de combustible, crear una plataforma virtual para ofrecer servicio a sus clientes lejanos. E(A3-F3)

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

### 3.4 Presupuesto

Después de analizar todas las estrategias anteriormente explicadas, es necesario aclarar que la empresa cuenta con los recursos necesarios para la óptima implementación y desarrollo del mismo.

Tan solo se hará necesario realizar ciertas modificaciones para lograr un óptimo desarrollo de su operación en cuanto a la implementación de direccionamiento estratégico establecido y de esta forma poder garantizar una mayor participación en el mercado. Para ello en el desarrollo del trabajo estará especificado claro y detalladamente.

El tiempo requerido para implementación y puesta en marcha del plan estratégico proyectado en un año; teniendo en cuenta que los cambios que se debe realizar en la empresa no requieren de demasiado tiempo.

En la siguiente tabla se plantea una lista de actividades que la empresa debe realizar para la implementación de sus estrategias tecnológicas, ya que carece de ellas y sería una gran ayuda para mejorar su servicio, capacitar a su personal con programas adecuado y que aporten de desarrollo de la empresa.

**TABLA C**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Tecnología</b>			
Capacitar al personal sobre el uso de herramientas tecnológicas	20 empleados	\$ 100	\$2000
Plataforma virtual	Empresa	\$ 500	\$500
Incorporar un sistema de GPS en los vehículos	Empresa	\$ 920	\$920
Implementar un SGA en la empresa	Empresa	\$5000	\$5000
<b>TOTAL</b>			<b>8420</b>

**Fuente:** Autora

**Elaborado por:** Autora

### 3.5 Cronograma de Plan Estratégico

TABLA D

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PLAN ESTRATEGICO																												
Cronograma	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6							
	semana				semana				semana				semana				semana				semana							
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1. La Gerencia es encargada de dar a conocer al personal de la organización el plan estratégico propuesto	■	■	■																									
2. Capacitación al personal sobre herramientas tecnológicas	■	■	■																									
3. El personal administrativo se encargara de implementar la propuesta del uso de herramientas tecnológicas				■	■	■																						
4. Crear una plataforma virtual para dar a conocer el servicio.						■	■																					
5. Incorporar un sistema de GPS en los vehiculos								■	■	■	■																	
6. Implementar un SGA en la empresa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7. Resultados de la evaluación y redistribución de funciones																				■	■	■	■					
8. Informe de resultados obtenidos																									■	■	■	■

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

#### 4. CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como finalidad proponer estrategias tecnológicas a la empresa COTURCIP S.A. para que se las aplique al sector operativo y de servicios, ya que se ha comprobado que el plan estratégico es un instrumento de recolección de características necesarias para poder mejorar una empresa.

También se pudo conocer la situación actual de la empresa a través de una entrevista con el gerente, el cual nos brindó la información necesaria para poder construir una matriz FODA, la cual permitió definir las estrategias tecnológicas factibles para disminuir las debilidades y amenazas y aprovechar las fortalezas y oportunidades en la empresa..

Con el diseño y la aplicación del plan estratégico a la empresa COTURCIP S.A. se logró adquirir un concepto claro de la organización, lo cual, a su vez hace posible la formulación de planes y actividades que lleven hacia los objetivos organizacionales, además le permitirá tener una óptica y más clara de su situación actual de la empresa y de las herramientas tecnológicas que necesita implementar..

Es necesario que los gerentes deban aplicar una planeación estratégica en sus empresas para que puedan determinar las mejoras que necesita la empresa, y de esta manera, les sirva de gran ayuda a las organizaciones para brindar una mejor atención y servicio a sus clientes, ya que se pueden examinar series de estrategias en secuencia o de manera simultánea para poderlas aplicar.



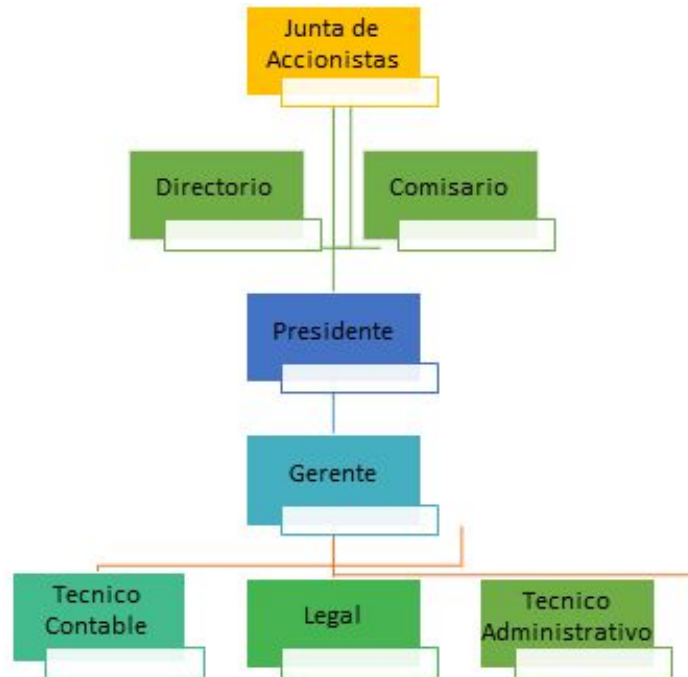
## BIBLIOGRAFÍA

- Arriaga López , Fabiola Guadalupe, David Ávalos Cueva, y Edgardo Martínez Orosco. «Propuesta de Estrategias de Mejora basadas en Análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco, Mexico.» *Ra Ximhai*, 2017: 417-424.
- Bernal Conesa, Juan Andrés, Carmen De Nieves Nieto, y Antonio Juan Briones Peñalver. «Motivaciones para implementar una estrategia de RSC en empresas tecnologicas y si influencia en la competitividad .» *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 2016: 33-53.
- Burckhardt Leiva, Víctor, Víctor Gisbert Soler , y Ana Isabel Pérez Molina. «Estrategia y Desarrollo de una Guía de Implantación de la norma ISO 9001:2015 Aplicación pymes de la Comunidad Valenciana. Valencia, España: Área de Innovación y Desarrollo, S.L, 2016.
- Ceceña Hernández, Gildardo. «Ventajas competitivas de las empresas cárnicas en Sinaloa .» *Escuela de Administración de Negocios* , Enero-Junio 2013: 40-53.
- Corrêa Jannuzzi, Celeste Aída, Cibele Roberta Roberta Sugahara, y José Eduardo Rodrigues . «Estrategia Empresarial e Innovación Tecnológica de las Industrias Brasileñas.» *Invenio*, 2015: 65 - 84.
- De Abreu Faria, Lester, Caio Augusto De Melo Silvestre, y Marcelino Aparecido Feitosa Correia . «GPS-Dependent Systems: Vulnerabilities to Electromagnetic Attacks.» *Journal of Aerospace Technology and Management*, Octubre-Diciembre 2016: 423-430.
- García Álvarez, María Tereza. «El rol de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión del conocimiento: un desafío estratégico en el nuevo contexto empresarial.» *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 2013: 322-333.
- Guerrero Dávalos , Cuauhtémoc, Mireira Valverde Aparicio, y María Tatiana Gorjup. «Un análisis de la gestión por competencias en la empresa española .» *Contaduría y Administración*, 2013: 251-288.

- Labra Salgado, Omar Salim, Gibrán Rivera, y Juan Ignacio Reyes García. «Análisis FODA sobre el Uso de la Inteligencia Competitiva en Pequeñas Empresas de la Industria d Vestido.» *Vision de Futuro*, 2017: 78-99.
- Magaña Magaña, Eduardo, Lorena Patricia Licón Trillo, Christian Kiessling Davison, Manuel Soto Zapata, y Victor Hugo Villareal Ramirez. «Planeación Estratégica de una Empresa Familiar de Comida Rápida .» *Revista Mexicana de Agronegocios*, 2013: 335-346.
- Ynzunza Cortés, Carmen Berenice, y Juan Manuel Izar Landeta. «Estrategia, Orientación al Mercado y Desempeño Organizacional .» *Conciencia Tecnológica* , Enero-Junio 2013: 5-11.

## ANEXOS

### E. Organigrama de la empresa COTURCIP S.A



**Fuente:** Coturcip S.A.

**Elaborado por:** Gabriela Aguilar