



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS POR LOS NIVELES DE VENTAS  
PARA LA EMPRESA INGEPLAS EN EL  
CANTÓN GUAYAQUIL**

**Autora: Reyes Almeida Mireya Stefani**

**Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2018**

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme permitido llegar hasta esta etapa de mi vida y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Genaro Reyes y Fanny Almeida por su apoyo incondicional por sus consejos, la motivación constante y por los valores inculcados, que me han permitido ser una persona de bien y por ser pilares fundamentales para mi formación profesional.

A mi tía Juanita Reyes, a mis hermanos Alex Reyes y Cinthia Reyes, a mi familia, por haberme acompañado y por la confianza que han depositado en mí a lo largo de mi vida personal y profesional. Por sus palabras de confianza y perseverancia, motivándome siempre a alcanzar mis objetivos.

**Reyes      Almeida      Mireya**

**Stefani**

## **AGRADECIMIENTO**

A Corporación El Rosado S.A, por otorgarme el permiso de culminar mis estudios, a mis compañeros de trabajos por inspirarme y motivarme a ser una profesional. A la empresa Ingeplas por permitirme realizar la presente investigación y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, prestigiosa Institución que me abrió sus puertas y me preparó para un futuro competitivo y finalmente un eterno agradecimiento a los profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, que marcaron cada etapa de mi camino de aprendizaje.

**Reyes      Almeida      Mireya**

**Stefani**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estrategias competitivas por los niveles de ventas para la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil”** Y problema de investigación: **¿Cómo incide la ausencia de estrategias competitivas en el mercado industrial por los niveles de ventas en la empresa Ingeplast, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas en el ejercicio fiscal 2018?**

Presentado por Reyes Almeida Mireya Stefani como requisito previo para optar por el título de:

### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Tutor:

**Reyes Almeida Mireya Stefani  
Prieto**

**Simón Alberto Illescas**

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, **Reyes Almeida Mireya Stefani** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación tema: **“Estrategias competitivas por los niveles de ventas para la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil”**, de la modalidad presencial realizada en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con el Art.114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Así mismo autorizo al Instituto Superior tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

**Mireya**

**Stefani**

**Reyes**

**Almeida**

\_\_\_\_\_

No.de cédula: 092659515-8

Firma

### **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información científica y transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el consejo directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

#### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.

\_\_\_\_\_  
**Nombre y Apellidos del Colaborador**

**CEGESCIT**

\_\_\_\_\_  
**Firma**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS POR LOS NIVELES DE VENTAS  
PARA LA EMPRESA INGEPLAS EN EL  
CANTÓN GUAYAQUIL**

**Autora: Reyes Almeida Mireya Stefani**

**Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto**

**RESUMEN**

La sociedad y el consumidor demandan la creación de nuevas ventajas competitivas, para conformar una estructura productiva que aporte un valor agregado. Importante para promover un crecimiento sostenido de las ventas que permita diferenciarse de sus competidores en el mercado de maquinado de piezas industriales en plástico. El presente proyecto tiene como objetivo general Aplicar un plan de estrategias competitivas para el incremento de los niveles de ventas de la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil. Mediante la Investigación científica y de campo se evaluarán los procesos de producción y el desempeño de los trabajadores para comprobar el nivel de productividad interno e identificar las estrategias fundamentales que van a determinar su plan de acción a realizar, para beneficiar a la empresa Ingeplas identificando por un lado, su mercado objetivo claramente delineado, y por el otro, su diferencia sostenible, la razón por la cual su mercado objetivo deberá preferirlo. Mediante el método de la Inducción y Deducción se obtendrá conocimientos que conducirán de lo particular a lo general, de los hechos a las causas y que permitirá extender los conocimientos que se tienen, se empleará el método de Análisis y Síntesis manifestando el efecto de la innovación de productos, las relaciones entre el uso de los costos de oportunidad, la flexibilidad en el proceso de producción,

satisfacción con el servicio, el prestigio de la empresa y estrategias competitivas.



**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS POR LOS NIVELES DE VENTAS  
PARA LA EMPRESA INGEPLAS EN EL  
CANTÓN GUAYAQUIL**

Autora: **Reyes Almeida Mireya Stefani**

Tutor: **Simón Alberto Illescas Prieto**

**ABSTRACT**

Society and consumer demand the creation of new competitive advantages, to form a production structure that provides an added value. Important to promote a sustained growth of sales allowing to differentiate itself from its competitors in the market of industrial parts in plastic machining. The present Project's general objective is to implement a plan on competitive strategies for the increase of the levels of sales of the company Ingeplas in the Guayaquil canton. Through scientific research and field will assess the production processes and the performance of the workers to check the internal level of productivity and identify the fundamental strategies that will determine its plan of action to be carried out, to benefit to the company Ingeplas identified by its target market clearly delineated, and on the other, their sustainable difference, the reason why its target market will prefer it. Through the method of induction and deduction is obtained knowledge that will lead in from particular to general, facts to the causes and that will allow to extend the knowledge, will be used the method of analysis and synthesis showing the effect of the innovation of products, the relationship between the use of the opportunity costs, flexibility in the production process, satisfaction with the business, the prestige of the company and competitive strategies.

**Contenidos:**

**Páginas**

Portada..... i

Dedicatoria ..... i

Agradecimiento..... iii

Certificación de aceptación del tutor.....iv

Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación... v

Certificación de aceptación del cegescit.....vi

Resumen .....vii

Abstract .....viii

Índice general.....ix

Índice de tablas .....xiii

Índice de gráficos.....xiv

**CAPÍTULO I**

**EL PROBLEMA**

Planteamiento del Problema ..... 1

Ubicación del problema en un contexto ..... 3

Situación Conflicto ..... 5

Delimitación del Problema ..... 8

Formulación del Problema ..... 8

Evaluación del Problema ..... 8

Variables de la Investigación ..... 9

Variable Independiente: .....	9
Variable Dependiente .....	9
Objetivos de la Investigación .....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos.....	10
Justificación e Importancia.....	10
Viabilidad de la Investigación.....	11

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes Históricos .....	12
Las cinco fuerzas de Porter .....	13
Mecánica Industrial .....	15
Introducción a la tecnología CNC (Control numérico computarizado) .....	16
Ejecución de procesos de mecanizado.....	17
Taladrado.....	17
Torneado.....	18
Fresado.....	18
Materiales empleados en la industria del mecanizado.....	19
Antecedentes Referenciales .....	20
Fundamentación legal.....	23
Variables conceptuales de la investigación .....	26
Estrategia competitiva.....	26
Definiciones Conceptuales.....	28

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Datos de la Empresa .....	32
Diseño de la Investigación .....	37
Investigación científica .....	37
Investigación de campo: .....	38
Tipos de Investigación .....	38
Métodos y técnicas de investigación.....	39
Población: .....	39
Población Finita: .....	40
Población Infinita:.....	40
Muestra .....	41
Muestra sistemática .....	41
Muestreo estratificado.....	42
Muestreo por conveniencia .....	42
Métodos teóricos.....	43
Método de análisis y síntesis: .....	43
Inducción y Deducción:.....	43
Entrevista.....	44
Encuesta.....	45
FODA.....	45
Procedimientos de la investigación .....	45

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Análisis Foda .....	55
Fortalezas .....	55
Oportunidades .....	56
Debilidades .....	57
Amenazas .....	58
Asignación de una ponderación FODA.....	59
Determinación del balance estratégico a través de los factores de optimización y riesgo. ....	61
Plan de Estrategias Competitivas .....	63
Cronograma de Actividades.....	66
Incremento de Niveles de Ventas .....	66
.....	67
Conclusiones .....	68
Recomendaciones .....	69
<b>Bibliografía.....</b>	<b>70</b>
<b>Anexos</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas</b>
Tabla 1 Entorno Problema.....	7
Tabla 2 Análisis de los competidores.....	14
Tabla 3 Prototipos.....	38
Tabla 4 Universo.....	40
Tabla 5 Métodos de Indagación.....	44
Tabla 6 Cambios Tecnológicos.....	46
Tabla 7 Escasa competitividad.....	47
Tabla 8 Equipo de Seguridad.....	48
Tabla 9 Nueva línea de producción.....	49
Tabla 10 Estrategias Competitivas.....	50
Tabla 11 Conocimiento de productos.....	51
Tabla 12 Entrega de trabajos.....	52
Tabla 13 Diferenciación productos.....	53
Tabla 14 Nuevo mercado objetivo.....	54
Tabla 15 Tabla matriz de totales y porcentajes.....	60
Tabla 16 Balance estratégico.....	62
Tabla 17 Plan de Estrategias Competitivas.....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas</b>
Gráfico 1 Las 5 fuerzas de Porter.....	13
Gráfico 2 Organigrama de la empresa Ingeplas.....	34
Gráfico 3 Logo.....	35
Gráfico 4 Croquis Oficina Matriz.....	35
Gráfico 5 Cambios Tecnológicos.....	46
Gráfico 6 Escasa competitividad.....	47
Gráfico 7 Equipo de Seguridad.....	48
Gráfico 8 Nueva línea de producción.....	49
Gráfico 9 Estrategias Competitivas.....	50
Gráfico 10 Conocimiento de productos.....	51
Gráfico 11 Entrega de trabajos.....	52
Gráfico 12 Diferenciación productos.....	53
Gráfico 13 Nuevo mercado objetivo.....	54

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### Planteamiento del Problema

Serrano, 2011 indico que “La competitividad internacional según (Peña Vines & Tigrero Sanchez, 2011) puede definirse como la capacidad que tiene una empresa para lograr un mayor y mejor rendimiento sobre sus competidores en los mercados extranjeros y preservar así las condiciones que sustentan sus rendimientos actuales y futuros.”

El concepto de estrategia competitiva ha venido evolucionando en el transcurso del tiempo en la búsqueda de las empresas por diferenciarse de sus competidores y tener una oferta de valor entre lo que el cliente está dispuesto a pagar y el costo de producirlo y entregarlo.

De acuerdo con el modelo planteado por (Porter, 2015) el autor puntualiza las llamadas estrategias genéricas que son: liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración, mediante las cuales, una empresa puede hacer frente al mercado en el que opera, identificado las cinco fuerzas competitivas, elementos que le dan forma a la competencia cuyas fortalezas se tomaran en cuenta para la toma de acciones defensivas en la industria, para un posicionamiento estratégico eficaz.

Entender la distribución del sector es la clave más significativa para determinar la rentabilidad, para obtener un retorno sobre la inversión. Viéndolo desde una perspectiva empresarial consiste en realizar una

Investigación que permita determinar cuáles son los factores que mas

Intervienen en que una empresa sea calificada competitiva en un entorno global, con el propósito de implementar o mejorar procesos que renueven su presencia e incrementen su rendimiento internacional.

En Europa las Necesidades y tendencias relacionadas con el control y gestión de defectos durante el proceso de mecanizado y la fabricación avanzada se perfila como concepto clave para las grandes empresas y grupos de investigación y se entiende como la generación y aplicación de conocimiento, experiencia y tecnología de vanguardia para la creación de productos, procesos de producción y servicios de alto valor añadido, la demanda se centra en nuevas soluciones flexibles que permitan la inspección online de los productos, esto es, durante el proceso de fabricación.

El comercio Internacional se refiere al movimiento de bienes y servicios entre países, es decir operaciones de venta en mercados exteriores en el que tanto la toma de decisiones y los riesgos que asume son factores relevantes para el giro del negocio. En el mundo empresarial, las ventas son el objetivo principal de una empresa y en el cual también se busca aumentar su nivel a través de estrategias que promuevan su crecimiento, como promociones, ofertas y descuentos.

La cultura organizacional en la mayoría de las empresas es consecuencia del estilo de liderazgo de los propietarios, directivos o gerentes. A nivel mundial, mantener un buen nivel de ventas ha sido un problema constante para las organizaciones debido a que los gustos y preferencias de los consumidores son muy cambiantes en la búsqueda por alcanzar su satisfacción.

Con relación al Incremento de las Ventas, la mayoría de los empresarios, se ven en la necesidad de que sus organizaciones

alcancen un nivel de ventas óptimas para permanecer en el mercado y generar utilidades.

## **Ubicación del problema en un contexto**

(Lopez, 2002) Explica que a nivel geográfico los países latinoamericanos describen las ventajas competitivas nacionales un Caso paradigmático, la distribución de ventaja competitiva relacionada a la teoría económica y clásica de Porter, es esencial para comprender el proceso de creación de una verdadera ventaja competitiva nacional. Teniendo en cuenta los grandes recursos naturales, la mano de obra de bajo costo, con que cuenta América latina.

Son evidentes ventajas competitivas regionales, en comparación con otros países que sin embargo tienen mayor índice de apertura comercial, como Estados Unidos y China dentro de los grandes bloques económicos, gracias a los acuerdos comerciales con el exterior.

(CEPAL, 2018) Una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas, responsable de promover el desarrollo económico y social para América latina y el caribe, en sus labores se ha establecido como un centro de pensamiento regional para la igualdad, que está en el centro del esfuerzo para el desarrollo e integra uno de los pilares del desarrollo sostenible ante los retos que plantea la agenda 2030 en sus dimensiones económicas según sus políticas industriales. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-renueva-su-vocacion-servir-como-instrumento-pertinente-eficaz-desarrollo-la-region>

La economía ecuatoriana se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas en el mercado internacional, en su matriz productiva, busca establecer las oportunidades de mejora de la industria para articular estrategias que permitan impulsar y desarrollar la interacción entre proveedores, productores y usuarios. Industrias tales como la del plástico ecuatoriano tiene una serie de bondades, destacadas por empresarios. Caterina Costa, presidenta de la Federación de Cámaras

Industriales de Ecuador 2018, expresa que el sector está en constante innovación y crecimiento.

(Ekos, 2018) Indica que según el departamento técnico de la Cámara de Industrias de Guayaquil Al cierre de 2017 solamente en Guayaquil se domiciliaba 2.239 empresas manufactureras, constituyéndose en la primera ciudad industrial según el número de empresas dedicadas a esta actividad. En cuanto al tipo de industrias que se desarrollan, según el número de empresas que constan como activas en los registros de la Superintendencia de Compañías, se tiene que 330 se vinculan a la elaboración de productos alimenticios (15% del total de manufacturas domiciliadas en Guayaquil); 306 a la reparación e instalación de maquinaria y equipo (14%); 195 a la fabricación de sustancias y productos químicos (9%); 162 a la fabricación de productos de caucho y plástico (7%), entre otras. Recuperado de: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10850>

Considerando este último dato estadístico, el porcentaje de empresas que se dedican a la elaboración de productos plástico, se puede explotar y destacar esta rama de actividad industrial más, a futuro para un mayor aporte de la industria manufacturera al desarrollo del país.

(Espol, 2016) Realizó un análisis sobre el futuro de Guayaquil como ciudad competitiva e innovadora, manifestando que el desarrollo basado en las industrias creativas y en las industrias de uso de conocimientos intensivos son los parámetros en que hay que trabajar. Midiendo los avances y fijando objetivos de corto, mediano y largo plazo, para garantizar que Guayaquil este a la Vanguardia en competitividad y productividad. El mercado industrial posee clientes más sustanciales ya que las ventas Industriales son una actividad

variada, compleja y requieren incluso de creatividad en la búsqueda de satisfacer la necesidad del consumidor, conocimiento técnico y la ruta de distribución que se decidan emplear.

(Enrique Díez de Castro, 2003) Explica que las ventas Industriales son las que se realizan a empresas, distribuidores, fabricantes no al consumidor final, estableciendo un sistema interactivo, ya que la interdependencia y las relaciones son mucho más profundas que cuando se trata de vender al consumidor final.

(Luksic, 2013) Afirma que a la hora de tomar decisión de compra, los productos industriales son adquiridos por profesionales guiados por criterios objetivos en cuanto a sus decisiones de compra, teniendo en cuenta las especificaciones técnicas del producto, la operatividad y la eficiencia de estos una vez adquirido.

Siendo importante que las empresas del país se destaquen por su estrategia de servicio ante la permanente búsqueda de ventajas competitivas, suministrar y asesorar técnicamente la industria ecuatoriana con líneas de productos y servicios especializados, se busca obtener la aprobación del consumidor final. La presente investigación tiene el propósito de definir qué acciones se deben implementar para obtener mejores resultados en el sector industrial de mecanizado y piezas de plástico. En el que dichos procesos requieren de La utilización de técnicas en las que suele estar limitada a piezas aisladas, pequeñas series, o a la transformación manual de productos semiacabados, tecnología apropiada y conocimiento técnico especializado.

## **Situación Conflicto**

En el cantón Guayaquil la empresa Ingeplas con su aporte al desarrollo económico en el sector industrial, en sus operaciones de mecanizado en piezas de plástico presenta desventajas frente a sus competidores, entre Otras falencias que se mencionarán posteriormente, motivos por los cuales en los últimos meses del año sus niveles de ventas se han visto afectados al no identificar un mercado objetivo nuevo de clientes potenciales que aporten estabilidad económica a la empresa en estudio.

La escasa administración estratégica y visión sobre el futuro de la empresa es el tema más importante a tratar. Ya que limita la creatividad e innovación en La lucha clásica por lograr la mayor participación de mercado, la clasificación de escenarios dinámicos de oportunidades en el negocio para el cumplimiento de las metas.

El mecanizado de los plásticos frente al procesado de otros materiales, presenta problemas como: la elaboración de piezas especiales que requieren de mayor conocimiento técnico por parte de los operarios de las máquinas CNC. Se ha evidenciado que no todos los empleados poseen el conocimiento y la experiencia para manipular las maquinas tanto convencionales como CNC. Lo que a su vez retrasa la entrega de trabajos a sus clientes.

El operador de la máquina CNC necesita entrenamiento y habilidades suficientes para supervisar máquinas básicas y garantizar la calidad del producto, ya que requiere de experiencia y conocimientos técnicos. Los ingenieros necesitaban de años de formación para operar en tornos, fresadoras y máquinas accionadas manualmente.

Actualmente la empresa Ingeplas opera en una estructura lineal, siendo el gerente general quien tiene la responsabilidad del manejo de la organización y toma de decisiones, mientras que en el taller de producción se identifican componentes de una organización informal

dirigido por creencias, valores de grupo e intereses comunes lo que permite que surjan líderes informales o se considere que todos los miembros son iguales en jerarquía y autoridad provocando una resistencia al cambio, lo que afecta directamente al proceso de producción y por consiguiente la entrega trabajos a tiempo.

El personal técnico en el área de producción poco motivado, conlleva a la ineficacia de la mano de obra indirecta para planificar los trabajos, conseguir materiales, etc. Lo que afecta la calidad del producto generando desventajas competitivas en el mercado industrial disminuyendo la captación de clientes.

Los productos terminados como: piezas especiales, sellos mecánicos, engranajes, no cuentan con un factor diferenciador que atraiga y ayude a sus clientes en la difícil tarea de preferirlos entre sus competidores. Y al no contar con la preferencia de los clientes esto contribuye a la disminución de las ventas.

Al no identificar un nuevo mercado objetivo, entendido como un grupo más amplio de potenciales clientes definidos por segmentos. La disminución de las ventas será permanente al no involucrarse en nuevas líneas de mercado en las que la empresa Ingeplas pueda ser más productiva según la temporada del año.

**Tabla 2**

***Entorno Problema***

<b>Causas</b>	<b>Consecuencias</b>
Escasa Administración estratégica.	Incumplimiento de metas
Cambios tecnológicos	Tiempo de adaptación del operario.
Estructura lineal e informal de la organización	Retraso en entrega de trabajos
Insatisfacción laboral de los operarios.	Escasa competitividad en el área de producción.
Ausencia de diferenciación en sus productos.	Bajos niveles de ventas

No Identificar nuevo mercado Objetivo	Limitada captación de clientes
--	--------------------------------

Nota: Autora: Reyes, M (2018)

### **Delimitación del Problema**

Campo : Administración

Área : Gestión

Aspectos : estrategias competitivas, niveles de venta

Tema : Estrategias competitivas por los niveles de ventas para la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo incide la ausencia de estrategias competitivas en el mercado industrial por los niveles de ventas en la empresa Ingeplas, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas en el ejercicio fiscal 2018?

### **Evaluación del Problema**

**Delimitado:** El presente proyecto está delimitado indicando la descripción del problema en el mercado industrial, en el campo de la Administración y área de Gestión, enfocándonos en los aspectos más importantes del negocio como son: las estrategias competitivas y las ventas.

**Claro:** La investigación es clara en cuanto al objetivo general que se desea alcanzar, mediante análisis de muestra e investigación de campo identificando causas y efectos ante la evidente ausencia de ventajas competitivas en el sector industrial.

**Evidente:** El proyecto es evidente por contribuir al incremento de los ingresos mensuales de la empresa Ingeplas, al comparar cifras de producción, que demuestran los bajos niveles de ventas que se desea incrementar mediante la implementación de un plan de estrategias competitivas.

**Concreto:** El presente proyecto es concreto por ser preciso en cuanto al logro de los objetivos específicos para garantizar el alcance del objetivo general, con información relevante de la empresa en estudio.

**Relevante:** La presente Investigación es importante porque está basada en investigación de campo, entrevistas al personal administrativo y de planta que nos van a permitir recopilar la información necesaria y relevante para implementar acciones que busquen mejoras en la administración de la empresa Ingeplas, en el desarrollo y estudio del proyecto.

**Factible:** El presente proyecto es factible porque se puede implementar alternativas de cambio internas para el desarrollo del negocio, creando estrategias para ser más competitivo en el mercado industrial.

### **Variables de la Investigación**

**Variable Independiente:** Estrategias Competitivas

**Variable Dependiente** : Niveles De Ventas

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

- Aplicar un plan de estrategias competitivas para el incremento de los niveles de ventas de la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil.

## **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente las estrategias competitivas y niveles de venta de la empresa Ingeplas.
- Utilizar metodología apropiada en el proyecto planteado.
- Diseñar un plan de estrategias competitivas.

## **Justificación e Importancia**

El presente proyecto determina que en los últimos años el concepto de estrategia ha evolucionado de manera tal, que sobre la base de este ha surgido una nueva forma de dirigir a las organizaciones, llamada “Administración Estratégica”. La investigación beneficiará a la empresa Ingeplas con alternativas de cambio e innovación internas a través de estrategias competitivas. Definir cuáles serán las estrategias competitivas del negocio, ya que serán los pilares fundamentales para su crecimiento.

**Conveniente**, porque al tener claras las estrategias del negocio será viable la implementación del plan de acción que se propone, mediante el análisis de esta investigación. Que van a permitir una mejor toma de decisiones por parte de los representantes de la empresa Ingeplas.

**Relevancia Social**, la información que se obtenga servirá para desarrollar nuevas estrategias ya que la sociedad demanda la creación de nuevas ventajas competitivas, para conformar una estructura productiva que aporte un valor agregado. Importante para promover un crecimiento sostenido de las ventas que permita diferenciarse de sus competidores en el mercado de maquinado de piezas industriales en plástico de la empresa Ingeplas, y a su vez aporta a la economía de la ciudad en el sector industrial.

**Implicaciones prácticas,** para lograr tomar decisiones que trascenderán en la empresa de manera positiva, ya que las estrategias competitivas representan la dirección y el flujo de decisiones importantes en la administración de toda organización y entender cómo influye para la subsistencia del negocio. Demostrando que Las compañías industriales cometen muchos errores a la hora de comprar y también los

Cometen los vendedores a la hora de vender, perdiendo así mucho dinero por un mal asesoramiento en la venta.

**Valor teórico,** reflejado en la implementación de metodología apropiada para el desarrollo del presente proyecto que apoya la teoría de autores como Michael Porter y sus técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Como guía para identificar las 5 fuerzas de Porter.

### **Viabilidad de la Investigación**

La viabilidad del presente proyecto propuesto para la empresa Ingeplas está condicionada al cumplimiento de los siguientes aspectos:

**Viabilidad técnica:** Hace referencia a las características técnicas y tecnológicas naturales involucradas que son indispensables en el proceso de producción y elaboración de piezas especiales en plásticos. Cuya función y cuidado de los operarios al manipular las maquinas CNC (control numérico computarizado) darán el acabado final a los productos de la empresa en estudio.

**Viabilidad comercial:** El proyecto es viable comercialmente porque justifica la existencia de un mercado objetivo en el sector industrial que busca satisfacer necesidades de clientes potenciales, captarlos, fidelizarlos para lograr el incremento sostenible de las ventas.

**Viabilidad Administrativa:** El proyecto es viable en determinar estrategias de gestión internas en la empresa Ingeplas, para lograr la eficiente administración del negocio enfocándose en lograr su misión en forma coordinada, estableciendo normas para el cumplimiento de los propósitos y para brindar satisfacción laboral a los miembros de la organización .

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Históricos**

(George, 2005, pág. 241) Revela que “el concepto de estrategia tiene raíces en la antigua civilización griega. El verbo stratego significa planificar la destrucción de los enemigos en razón del uso eficaz de los recursos”

(George, 2005, pág. 241) Indica que, Alfred D. Chandler, definen la estrategia “como el elemento que determina los objetivos básicos a largo plazo, así como la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar dichos objetivos”

(Mellado, 2017, pág. 68) Explica que la competencia es definida de la siguiente manera: “demostrada capacidad para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales y metodológicas, en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal”

Es por esto que la competencia es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad para prosperar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. Así mismo toda organización precisa de estrategias competitivas para ofrecer un valor agregado a sus productos, para ganar o defender una posición en el mercado.

(UNAM, 2015) Explica que el continuo avance y la emergencia de agresivos rivales plantean la necesidad de estar alerta acerca de las condiciones y la evolución del sector industrial en el que se participa.

En algunos casos el análisis del sector se limita a una revisión de la variedad de los productos que se ofrecen y sus precios, pero esto trae consigo el peligro de no advertir alguna fuerza contraria y de quedar expuesto al movimiento de algún oponente.

### Las cinco fuerzas de Porter

En 1980, el investigador norteamericano y catedrático de la Harvard Business School, Michael Porter, considerado el padre de la estrategia empresarial y la consultoría actual publicó un libro en el que definió las estrategias competitivas de una empresa de cara a su posicionamiento en la industria. Las tres estrategias, además, buscaban determinar el nivel de asimilación de cada empresa hacia el entorno en el que se desenvolvía. El consumidor es el punto de partida para delinear la estrategia implica: liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración. (Porter, 2015, pág. 10)

En su modelo identifica cinco fuerzas que compiten entre sí por quedarse con la mayor parte del valor que se produce en una industria estas son: La rivalidad entre los competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de entrada de nuevos competidores, la fuerza de los productos sustitutos.

#### Gráfico 1

#### Las 5 fuerzas de Porter



Autor: Porter, M. (2015) Las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector Recuperado de: <https://bit.ly/2RERJVT>

Un cambio en cualquiera de estas fuerzas obliga a la empresa a redefinir su estrategia. Se realizará un análisis de la empresa Ingeplas por medio de un estudio de la industria de mecanizado en plástico, con el propósito de saber en qué posición se encuentra la empresa con base en otra en ese momento, es decir su realidad actual, para determinar Cómo las fuerzas competitivas muestran el camino para el desarrollo de la estrategia.

**Tabla 2**

***Análisis de los competidores***

<b>Fuerzas competitivas</b>	<b>Empresas de Mecanizado en Guayaquil</b>
líder en la industria del mecanizado	Barnadeck S.A
reconocimiento en el mercado nacional	Sutin
alta diferenciación de productos	Tecmefag S.A.
diversificación de productos	Plásticos Koch
costes bajos	Talleres artesanales

Nota: Autora: Reyes, M (2018)

(Arellano, 2015, pág. 5) Añade que identificar oportunidades en las industrias latinoamericanas es uno de los más grandes retos. La capacidad técnica y la mano de obra podrían ser requeridas en ciertos sectores específicos de producción o incluso procesos de fabricación, destacando su impacto en el mercado y captando clientes potenciales.

El sector específico de producción de la empresa Ingeplas es el mecanizado de diseño y construcción de piezas especiales según la necesidad del cliente industrial corporativo, en materiales plásticos como: Nylon, Polietileno, Polipropileno, entre otros. En el Taller

mecánico se realiza trabajos de fresa, torno y perfilería en máquinas convencionales y de control numérico computarizado CNC.

### **Mecánica Industrial**

Hace algunos años atrás la mano de obra requerida en las tareas industriales era densa, lo cual no sólo requería enormes dotaciones de trabajadores, sino que además afectaba la calidad, precisión y repetibilidad, encarecía los costos y disminuía la producción. En la actualidad La alta competitividad actual del mercado ha obligado a las empresas a adaptar y ajustar al máximo las prestaciones de los bienes y productos a las expectativas de los clientes.

(Paredes, 1860) Define el objeto de la mecánica, rigurosamente hablando, es la ciencia de las máquinas. Mas, como esta parte, tan esencial y necesaria a la industria, recibe cada día nuevos perfeccionamientos , se comprende, bajo esta denominación, el estudio de las leyes y causas de los movimientos de los cuerpos, las que producen el equilibrio, y por fin, la aplicación de estos principios generales a las máquinas conocidas hasta hoy (pag.5)

(Ecured, 2015) Indica que la mecánica Industrial es un arte que consiste en la construcción y mantenimiento de las máquinas que se dedican a alguna industria o empresa relacionada con la Ingeniería, que tienen como propósito transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva. Recuperado de: [https://www.ecured.cu/Mecanica\\_industrial](https://www.ecured.cu/Mecanica_industrial)

Este arte requiere de personal capacitado para la actividad operacional de la las máquinas-herramientas que en los talleres de mecánica industrial se necesita para la producción, mediante una adecuada combinación de conocimientos teóricos y prácticos para desempeñarse eficientemente. Siendo de vital importancia el cumpliendo con plazos de

entrega establecidos y normas de procedimiento de calidad, productividad y seguridad.

Sin embargo en la actualidad para mantener el ritmo con el mundo moderno, la industria de máquinas-herramientas ha introducido la informática por medio de la máquina CNC, las cuales tienen más flexibilidad por tener la capacidad de realizar múltiples operaciones en una pieza y no requieren de personal con mucha experiencia para operarlas, ya que un operador puede supervisar varias máquinas cnc si así lo dispone la empresa.

### **Introducción a la tecnología CNC (Control numérico computarizado)**

(Herramientas, 2015) menciona y describe en su artículo diversas máquinas basadas en la tecnología que emplea el control numérico computarizado o CNC, desde centros de mecanizado hasta mesas de corte por plasma, por sólo citar algunos ejemplos. Sin embargo, a pesar de su amplia aplicación, pocos fuera del entorno industrial están familiarizados con el fundamento de la tecnología CNC y desconocen su funcionamiento y utilidad. Recuperado de: <https://www.demaquinasyherramientas.com/mecanizado/introduccion-a-la-tecnologia-cnc>

En el Taller de producción de Ingeplas encontramos máquinas de CNC para el mecanizado de sus productos, ya que la tecnología CNC no solo abarcan los grandes establecimientos industriales, sino también talleres de todo tipo como el de la presente investigación, prácticamente no existe ámbito alguno de un proceso de fabricación que no dependa de estas poderosas y versátiles máquinas.

Las máquinas de CNC pueden ser programadas por un software de diseño avanzado, que permita la fabricación de productos que no

pueden ser realizados por máquinas manuales. Aun así se pueden llegar a hacer piezas de una gran complejidad tanto con las máquinas convencionales como con las más novedosas maquinas herramientas. Pero es importante destacar que Las máquinas de CNC se utilizan en la industria moderna, no solo para reducir el coste de producción sino también para ahorrar en tiempo y mejorar la precisión del trabajo, pues los centros CNC son muy útiles para el mecanizado complejo.

### **Ejecución de procesos de mecanizado**

La evolución del hombre y en particular de su tecnología se ha basado en la utilización de herramientas, éstas eran como la continuación de las manos humanas. El mecanizado se realiza mediante una máquina herramienta, manual, semiautomática o automática, pero el esfuerzo de mecanizado es realizado por un equipo mecánico, con los motores y mecanismos necesarios.

(GINJAUME PUJADAS, 2005, pág. 2) Define el mecanizado como una operación que consiste en dar forma o acabado a una pieza mediante un proceso que implica utilizar una herramienta de corte u otros procedimientos. Entre los procesos mecánicos implicados se puede incluir: taladrado, torneado, fresado que son las máquinas básicas convencionales.

### **Taladrado**

Según (GINJAUME PUJADAS, 2005, pág. 268) “el taladrado es una operación de mecanizado que se usa para crear agujeros redondos en una pieza” para esto es muy útil el torno. Se realiza generalmente con una herramienta cilíndrica rotativa llamada broca. Destinados a perforación, estas máquinas herramientas son, junto con los tornos, las más antiguas.

## **Torneado**

Desde el inicio de la Revolución industrial, el torno se ha convertido en una máquina básica en el proceso industrial de mecanizado.

(GINJAUME PUJADAS, 2005, pág. 15) Manifiesta que “el torno es una de las máquinas más antiguas e importantes ya que con ella se pueden conseguir formas multitud de formas ya sean como propias y finales, o como previas de otras que finalizarán en otra máquina” el torno convencional es útil para elaborar:

- Cilindrado : mecanizado exterior o interior al que se someten las piezas que tienen mecanizados cilíndricos como ejes motrices
- Refrentado: mediante la cual se mecaniza el extremo de las piezas.
- Maquinado: diferentes formas especiales tales como: cónicas, escalonadas, roscas.

## **Fresado**

(GINJAUME PUJADAS, 2005, pág. 37) Define el fresado como “la forma de mecanizado por arranque de viruta mediante una herramienta circular de cortes múltiples, llamada fresa, habitualmente en una máquina herramienta denominada fresadora”, siendo útil para la obtención de superficies lisas o de una forma concreta, para la elaboración de piezas especiales tales como : engranajes (piñón), rectificado de placas, tallados especiales.

Los progresos técnicos de diseño y calidad en las herramientas de fresar han posibilitado emplear parámetros de corte muy altos, lo que conlleva una reducción drástica de los tiempos de mecanizado. El avance de las herramientas ha contribuido también a implementar nuevas posibilidades de fresado además de incrementar de forma

considerable la productividad, la calidad y precisión de las operaciones ejecutadas para así poder innovar constantemente en este mercado cada vez más competitivo.

Algunas piezas plásticas Pasan por un proceso de maquinado que involucra torno, fresadora, taladro, según las especificaciones requeridas por el cliente. Es decir Trabajos con implementación miscelánea que requieren de la combinación de la diversidad de máquinas herramientas del taller de Ingeplas, necesarios para llevar el producto a la calidad deseada, e innovación constante como por ejemplo la fabricación de sellos mecánicos y construcción transportadores.

### **Materiales empleados en la industria del mecanizado**

Las materias primas adquiridas son las que se emplearan para la fabricación de las piezas. En la industria del mecanizado de piezas en plásticos, se emplea una amplia clasificación de plástico como: Nylon, Polietileno, Polipropileno, entre otros, los cuales son indispensables, para satisfacer las demandas del mercado.

Los plásticos de ingeniería y avanzados, para aplicaciones especiales los provee Quadrant, dando respuesta a las más variadas necesidades de la industria destinados principalmente a los sectores productivos del país como: Industria Alimenticia .Siendo Quadrant el proveedor internacional de la empresa Ingeplas desde el inicio de su actividad operacional se lo considera una ventaja por su reconocimiento en la historia del plástico.

En 1996, tres emprendedores suizos visionarios fundaron Quadrant con una idea de negocio totalmente innovadora. Convencidos del potencial de la industria del plástico, adquirieron varias empresas con el objetivo de convertirse en el líder mundial

en fabricación de materiales termoplásticos de alto rendimiento. Quadrant ha logrado posicionarse como un auténtico referente en materia de innovación. La empresa ha generado diversos desarrollos clave que han sido el antes y el después en la historia del plástico. Recuperado de: <https://www.quadrantplastics.com/nuestros/nuestra-empresa/historia/>

Para el comprador industrial o institucional también se puede distinguir necesidades básicas, similares a las necesidades fisiológicas y de seguridad de la pirámide de Maslow. Estas se relacionan con objetivos de producción y venta, se determinan al establecer los requerimientos de sus procesos productivos. Y se concretan en el cumplimiento de las especificaciones: logística, calidad, precio y forma de pago. (Elgueta, 2014, pág. 13)

### **Antecedentes Referenciales**

La autora Salguero María Maritza en el año (2010) Universidad técnica de Ambato. “Estrategias Competitivas para incrementar las ventas en la empresa Industrias Metálicas Helenfer, de Latacunga”

Resumen: Según (Salguero Salguero, 2010) Contiene la propuesta como medio de solución al problema, que es la de Desarrollar un plan estratégico para incrementar las ventas en la empresa Industrias Metálicas “Helenfer”. Además se desarrolla el análisis de la matriz del perfil competitivo que les permitió identificar a sus competidores más importantes del sector que les compete. Consecutivamente se realizó la asignación de recursos a cada acción, finalmente se estableció el plan de monitoreo en el que contiene objetivos. Estrategias, tiempos y lo que se esperó lograr.

La información suministrada del trabajo mencionado fue de útil ayuda para el presente análisis ya que con ella se logró el desarrollo del

mismo con la diferenciación que se realizó en Latacunga y se orientó a las Industrias Metalmeccánica, mientras que la presente investigación se desarrolla en el mecanizado de piezas especiales en plásticos.

Los autores Cazares Gonzalo y Ordeñana Verónica (2016) Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas “Ventaja competitiva y marketing relacional para la fidelización de clientes del canal Food Services de la empresa Alpina S.A en la ciudad de Guayaquil”

Resumen: Según (Cazares Gonzalo & Ordeñana Verónica, 2016) el trabajo está enfocado a realizar un estudio sobre el marketing relacional y la satisfacción al cliente, para luego obtener del cliente lealtad hacia la empresa, recuperación de clientes perdidos, retención de los mismos y captación de clientes potenciales.

Este trabajo sirvió de referencia para el presente análisis ya que apporto con una propuesta innovadora, con la diferencia de que se enfoca en marketing relacional y la satisfacción al cliente.

El autor Raúl Adrián Porrás Escobar (2004) de la universidad de San Carlos de Guatemala de la Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial. “Implementación de sistemas de calidad para el maquinado de metales en la pequeña empresa”

Resumen: Según (Porrás, 2004) la Implementación del Análisis de Control de Calidad, y las herramientas mostradas, pretende reducir pérdidas, descubrir, errores, corregirlos, mejorar los procesos de trabajo, capacitando al personal, y adiestrándolo para tener un buen desempeño laboral, empleando para esto los círculos de calidad. La implementación de pequeños modelos gráficos estadísticos, sirven de base para detectar errores en producción independientemente del que se esté realizando.

El proyecto mencionado sirvió de referencia con el objetivo en común, que es el de brindar un buen servicio, no solamente para beneficiar a la pequeña empresa, sino para adiestrarse en el trabajo y adoptar nuevas técnicas que faciliten sus labores con la diferencia que se enfoca en implementar un sistema de calidad en el sector de maquinado de metales en Guatemala.

Las Autoras: Jimena Sánchez y Laura Jaramillo de la Pontificia universidad Javeriana de Administración de empresas taller de grado de abril del 2008. En Colombia “Estrategia de posicionamiento para la empresa Conmadepiso E.U”

Resumen: Según (Jimena Sanchez & Laura Jaramillo, 2008) Determinar una estrategia de posicionamiento adecuada para la empresa Conmadepisos E.U. que ayude a incrementar las ventas de pisos de madera a partir de un cambio en el comportamiento del cliente para los procesos de compra de pisos de madera y laminados, además de generarle recordación en la mente para el momento de solicitar el servicio nuevamente o recomendarlo a otras personas, a partir del planteamiento de un plan de mercadeo que vaya acorde a los requerimientos de la empresa y a su presupuesto.

El presente estudio, sirvió de referencia porque tiene como fin principal generar un plan de mercadeo adecuado para la empresa Conmadepisos E.U. de acuerdo a la importancia que tiene para la misma, la estrategia de posicionamiento con el factor diferencial que se desarrolla en el mercado de pisos de madera laminados en Colombia, servirá de guía de estudio para la presente investigación identificando técnicas y estrategias innovadoras.

El Autor: Aníbal Villacis Juan Guallasamin de la Universidad Central del Ecuador facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela de Administración De Empresas con su tesis: “Plan Estratégico Para La

Microempresa Effects Studio S.A. Ubicado En El Valle De Los Chillos, cantón Rumiñahui”

Resumen: Según (Villacis Aníbal & Guallasamin Juan, 2012) el plan estratégico es una herramienta de planificación a largo plazo que permite establecer el marco filosófico y estratégico para cualquier tipo de entidad, sea esta privada o pública, puesto que define los objetivos y acciones en concordancia a las capacidades internas y el escenario que presenta el entorno externo, en procura de cumplir con los propósitos para la que fue creada. Además el plan estratégico facilita la determinación de instrumentos de gestión dirigidos a mejorar los productos que ofrece la entidad.

El proyecto mencionado se utilizó de referencia en relación al plan estratégico de optimización de recursos y el cumplimiento de estándares de calidad. A ello se suma la importancia que tiene para establecer planes y proyectos a mediano y corto plazo, sirviendo de tal manera como una guía para la toma de decisiones con la diferencia que es un plan enfocado al diseño gráfico, por lo tanto se consideró totalmente necesario reforzar y cambiar no solo la parte gerencial, sino también los procesos que le concedería operatividad en sus gestiones, resaltando que el departamento de ventas, es el motor clave para que la microempresa tenga éxito.

### **Fundamentación legal**

(Ecuador, Constitución de la Republica del, 2008) La Constitución de la República es el fundamento y el origen de la potestad jurídica que resguarda le existencia de Ecuador y de su gobierno; basado en esta la ley máxima que rige el territorio ecuatoriano y que ninguna otra ley o normativa nacional estarán por encima de ella. El presente proyecto

refiere su desarrollo; Formas de organización de la producción y su gestión, según lo indican varios artículos de la constitución:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. Recuperado de: [https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Según (Ecuador, Constitución de la República del, 2008) La Constitución de la República del Ecuador en varios de sus artículos da relevancia al presente proyecto, ya que fomenta el desarrollo productivo de manera sostenible junto con el incremento de la productividad con calidad y por ende la competitividad, que sustente la búsqueda de nuevas oportunidades y nichos de mercado, el comercio interno y externo, que generen empleo y mejore las condiciones de vida de la población a través del cumplimiento de sus políticas. Todo ello bajo la exigencia de la modernización y el desarrollo de los sectores económicos.

(PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA EL FOMENTO PRODUCTIVO, 2018) Secretaría General de la Asamblea Nacional remitió la Resolución CAL-2017-2019-358 de 29 de mayo del 2018, así como el “Proyecto de Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal”, presentado por el Presidente Constitucional de la República, licenciado Lenín Moreno Garcés, con la calidad de urgente en materia económica, a la Comisión Especializada Permanente del Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa para su trámite correspondiente, por cumplir todos los requisitos formales constantes en los artículos 136 de la Constitución de la República y 56 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa; y, Que, el proyecto de ley busca dinamizar la economía, fomentar la inversión y el empleo, así como la sostenibilidad fiscal de largo plazo, a través de un ajuste en el marco jurídico que rige la actividad económica, financiera y productiva en el país, a fin de garantizar la certidumbre y seguridad jurídica, como mecanismo para propiciar la generación de inversiones, empleo e incremento de la competitividad del sector productivo del país. Recuperado de: <https://bit.ly/2RETZwz>

Según esta Ley Orgánica de Fomento Productivo, es un referente importante a la presente investigación ya que será más efectiva la aplicación de los incentivos porque tiene plazos más largos de vigencia de los beneficios, en relación a los incluidos en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, apoyando al desarrollo del país e ideas de emprendedores, representantes empresariales y del sector público, a fin de propiciar un trabajo en confianza y sinergia.

(Plan Nacional de la Calidad Ecuador, 2018) Promueve e incentiva la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana en sus políticas:

- Política 1. La metrología científica, industrial y legal deben constituirse en la base para un desarrollo científico, económico y tecnológico.
- Política 4. Velar por el cumplimiento de las características y requisitos obligatorios para los productos y servicios que se ofertan (nacionales e importados) y consumen en el mercado ecuatoriano y para que los fabricantes e importadores respeten y acaten los reglamentos técnicos y normativas correspondientes.
- Política 5. Promover en las grandes, medianas y pequeñas empresas la implementación de mecanismos y sistemas que permitan asegurar la calidad de los procesos y de los productos y servicios que se generan y que deben cumplir con reglamentos técnicos y normativas obligatorias, así como también incentivar la cultura de la calidad en usuarios y consumidores. Recuperado de: <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Plan-Nacional-de-la-Calidad-2018-VF.pdf>

## **Variables conceptuales de la investigación**

### **Estrategia competitiva**

(Financiera, 2014) Define que la estrategia competitiva, es un plan sobre cómo una empresa va a competir, formulada después de evaluar sus puntos fuertes y débiles en comparación con los de sus competidores, esto es, sus ventajas competitivas. Recuperado de: <https://www.encyclopediainanciera.com/definici%C3%B3nestrategia-competitiva.html>

Consiste en realizar un análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa en estudio para elaborar un plan estratégico y ser rentable en En el sector laboral que involucra a la entidad destacando sus ventajas competitivas en comparación de las de sus competidores.

### **Niveles de ventas**

(Octanaje, 2018) Indica que es importante para todo profesional de la venta entender estos tres niveles, para así saber cómo actuar, que personas contactar y que pasos dará el cliente en cada nivel y etapa del proceso de compras. Estos son:

- Nivel 1 – Existencia de una necesidad latente.
- Nivel 2 – El cliente admite tener una necesidad.
- Nivel 3 – El cliente dispone de una visión de la solución.

Se puede decir que el cliente puede encontrarse en tres niveles. En el primer nivel de necesidad latente, el trabajo debes ser conseguir que el cliente sea consciente de la existencia de un problema. En el nivel dos, el trabajo debe ser confirmar el problema que tiene el cliente e intentar darle una visión de la solución del mismo. En el nivel tres, el trabajo es recrear una visión de lo que el cliente será capaz de hacer y qué beneficios disfrutará una vez implantada la solución. Recuperado de: <https://bit.ly/2D79owq>

Para (Octanaje, 2018) es importante entender en qué consisten los niveles de ventas, para entrar en dialogo con el cliente ante un problema existente que requiera una solución, en el proceso de satisfacer una necesidad, brindarle un servicio de calidad, cuyo objetivo es fidelizarlo y a su vez que el mismo afirme, garantice la efectividad del servicio en su entorno. Para así lograr, permanencia en el mercado y obtener la rentabilidad esperada.

La empresa Ingeplas tiene como objetivo lograr el incremento de sus niveles de venta, entendiendo cada uno de los niveles mencionados.

### **Definiciones Conceptuales**

- **Administración estratégica** (negocios, 2005, pág. 3) La administración estratégica es un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo de una corporación. Incluye el análisis ambiental (tanto externo como interno) Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/ADMestrategicaypolitica/01.pdf>
- **Competitividad:** (Española, 2005) La Real Academia Española, RAE, define competitividad como “la capacidad de competir o la rivalidad para la consecución de un fin” Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=bXt7EYJ>
- **Estrategia** : Según H. Koontz (1991) “Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada” Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

- **Formulación de la estrategia** (negocios, 2005, pág. 12) indica que es el desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades corporativas (FODA). Incluye la definición de la misión corporativa, la especificación de objetivos alcanzables, el desarrollo de estrategias y el establecimiento de directrices de política. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/ADMestrategicaypolitica/01.pdf>
- **Industria** : (Economipedia, 2018) considera industria a toda aquella actividad cuya finalidad sea transformar materias primas en productos de consumo final o intermedio. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- **Metodología:** (Definiciones., 2013) indica que Como metodología se denomina la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido. En este sentido, la metodología funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicamos los procedimientos en una investigación. Recuperado de: <https://www.significados.com/metodologia/>
- **Niveles** : (ABC, 2007) indica que la palabra niveles es aplicable a una importante cantidad de fenómenos y situaciones, siempre y cuando se dé la condición de diferenciación entre las partes que componen a ese fenómeno o situación. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/general/niveles.php>
- **Ventas** : (Española, 2005) según el Diccionario de la Real Academia Española, define a la venta como "la acción y efecto

de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado" Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=bXt7EYJ>

- **Cadena de Valor:** Según (Torres M. A., 1999, pág. 45) indica que “la cadena de valor se puede utilizar como una técnica de gestión que permite entender la organización como un conjunto de procesos de negocio y por lo tanto de actividades”. Recuperado de: <https://bit.ly/2CRrAdw>
- **Nichos de mercado:** (IICA, 2004, pág. 68) indica que “un nicho de mercado representa el conjunto espacial de clientes potenciales que interesan, con los que desarrollan una estrategia determinada para atraerlos y convencerlos de las bondades / ventajas de los productos y del valor económico que posee una empresa”. Recuperado de: <https://bit.ly/2QteBCr>
- **Estrategia de liderazgo en costos (o de bajos precios).** (UNAM, 2015) Una empresa que cuenta con una ventaja competitiva de bajos costos está en posibilidad de manejar un producto de precio reducido, para ganar con ello la parte del mercado que es más sensible a esta variable. Por lo general, lo que se ofrece es un producto estándar de calidad aceptable, con un alto volumen de ventas que compensa el sacrificio en precio, siendo variadas las posibles fuentes del bajo costo. Recuperado de: <https://bit.ly/2C4AIPi>
- **Estrategia de diferenciación (o agregación de valor).** (UNAM, 2015) Consiste en el desarrollo del producto con un perfil tal que los hagan más deseables para un segmento del mercado, a cambio de lo cual el cliente está dispuesto a pagar un mayor precio. Las posibles formas de diferenciación del producto son

muy diversas (desempeño, confiabilidad, servicio, etc.), cada una de las cuales debe estar respaldada por una correspondiente capacidad al interior de la empresa (ingeniería del producto, sistemas de calidad, grupo de ventas, etc.) Recuperado de: <https://bit.ly/2C4AIPi>

- **Estrategia de enfoque (o nichos).** (UNAM, 2015) La atención se dirige hacia un pequeño espacio del mercado, ya sea en términos geográficos, demográficos, de la línea de productos, etc., conforme al cual se alinean las capacidades de la empresa, lo que permite ofrecer mejores precios o lograr un producto superior de acuerdo a los requerimientos particulares de esa pequeña parte del mercado. Recuperado de: <https://bit.ly/2C4AIPi>
- **Coste de oportunidad** (Economipedia, 2018) son aquellos recursos que dejamos de percibir o que representan un coste por el hecho de no haber elegido la mejor alternativa posible, cuando se tienen unos recursos limitados (generalmente dinero y tiempo). El término coste de oportunidad también es denominado como “el valor de la mejor opción no seleccionada” Recuperado de: <https://bit.ly/2s6mZhu>
- **Objetivos** (negocios, 2005) son los resultados finales de la actividad planificada. Se deben establecer como verbos de acción y deben decir lo que se logrará en cierto tiempo y, si es posible, de manera cuantificada. Recuperado de: <https://bit.ly/2QNTBGM>
- **Presupuesto** (negocios, 2005) es una declaración de los programas de una corporación en relación con el dinero requerido

Recuperado de: <https://bit.ly/2QNTBGM>

- **Planificación** (Maldonado, 2014, pág. 12) "Es la fase estratégica, se debe pensar y estudiar qué se quiere hacer y, decidir qué se va a hacer. Se fija la misión, la visión, los objetivos, las estrategias, las políticas, los programas y los presupuestos" Recuperado de: <https://bit.ly/2S2yp4j>
- **Organización.** (Maldonado, 2014, pág. 12) "Definir cómo se van a alcanzar esos objetivos. Es el diseño de estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, con el fin de lograr los objetivos empresariales" Recuperado de: <https://bit.ly/2S2yp4j>

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **Datos de la Empresa**

Nombre comercial	: INGEPLAS
Representante legal	: Osorio González Sandra Patricia
Ruc	: 1714932793001
Tipo de contribuyente	: Persona Natural
Actividad económica principal	: Actividades de fabricación de maquinaria Industrial.
Fecha inicio de actividades	: 14-02-2002
Dirección	: Cdla. Principado Lomas de Urdesa Mz B Solar 3 of. Matriz.
Teléfono	: (593-4) 2881484 / 2387371
Email	: proyectos@sutin.ec

### **Misión y Visión**

#### **Misión**

Suministrar y asesorar técnicamente la industria ecuatoriana con nuestras líneas de productos y servicios especializados en plástico.

#### **Visión**

Ser una empresa reconocida por su alto nivel de respuesta a la solución de problemas técnicos, y al mejoramiento de los procesos productivos de la industria, entregando productos y servicios de calidad, desarrollando

Verdaderas alianzas con nuestros clientes, y comprometidos con el crecimiento integral de su capital humano.

### **Ingeplas en la Industria de mecanizado**

Inicio sus actividades comerciales en el año 2000, especializándose en Suministros de elementos y equipos Técnicos en plástico para la industria en general, con el principal interés de solucionar los problemas en los procesos productivos.

Su objetivo principal es alcanzar una posición de liderazgo como asesores industriales basados en un excelente servicio, alta tecnología en los productos y equipos que diseña y produce, con responsabilidad y honradez en todas las negociaciones comerciales.

Su proveedor principal y socio comercial es Sutin S.A, quien provee la materia prima al taller de Ingeplas y gestiona contratos de producción para empresas reconocidas como: Cervecería Nacional, Industrias Lácteas Toni S.A, The Coca-Cola Company, laboratorios Rocnarf, Procesadora Nacional de Alimentos C.A. Pronaca, Nirsa, entre otros.

Su desarrollo comercial se basa en contar con personal altamente calificado para dar respuestas técnicas a las inquietudes y necesidades de clientes corporativos.

### **Política de calidad**

Ingeplas ofrece un servicio de calidad, mediante la disponibilidad adecuada de los productos técnicos que importa, comercializa y fabrica, buscando siempre el cumplimiento oportuno. Promueve el desarrollo constante de las competencias del personal, que nos lleve a crecer en

el mercado y a dar solución a los problemas técnicos de nuestros clientes.

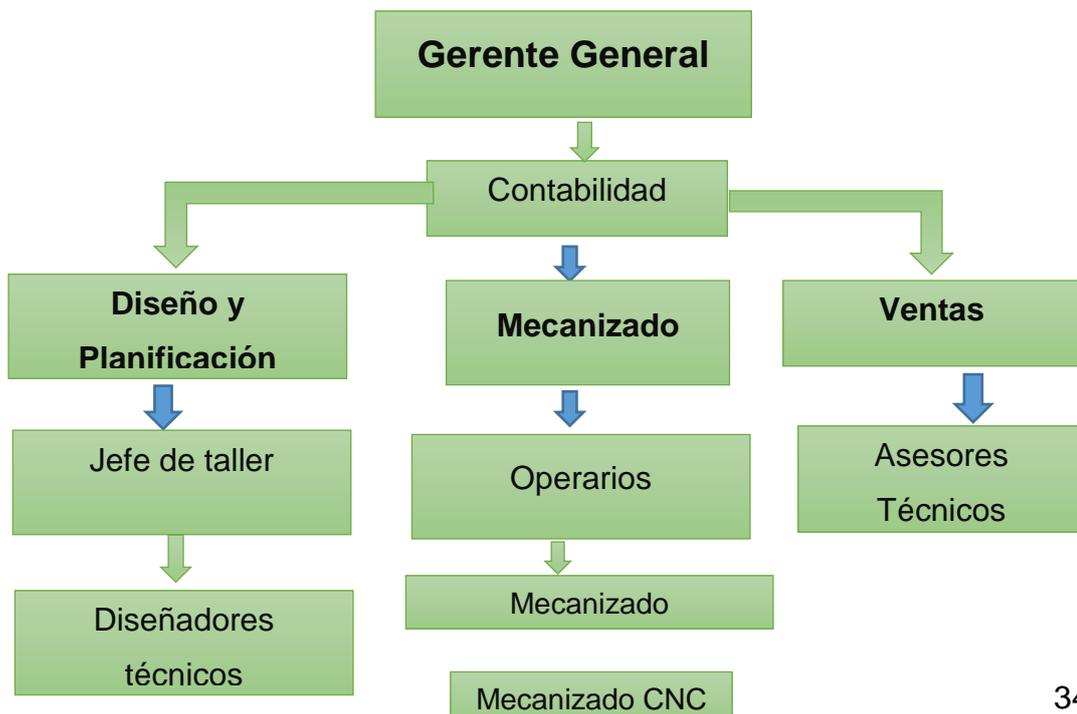
### **Política de seguridad y salud ocupacional**

Ingeplas, es una empresa privada Ecuatoriana, dedicada a la comercialización al por menor de suministros técnicos industriales, para cubrir las necesidades de nuestros clientes a nivel nacional, manteniendo el compromiso de brindar un ambiente de trabajo seguro y saludable para nuestros colaboradores, clientes y proveedores con el propósito de prevenir accidentes laborales y enfermedades ocupacionales y evitar la contaminación ambiental.

Asignado los recursos necesarios para cumplir las normas, leyes vigentes y obligaciones adquiridas; comprometiéndose a la gestión del mejoramiento continuo de las actividades de nuestra organización y con la responsabilidad de cumplir con la capacitación y evaluación de nuestro personal para garantizar su bienestar. La presente política estará disponible para todos los colaboradores y partes interesadas.

### **Gráfico 2**

***Organigrama de la empresa Ingeplas***





**Funciones:** Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa, verifica y autoriza los presupuestos asignados para la ejecución de los trabajos del taller, paga los sueldos a los colaboradores

**Cargo:** Jefe de Taller

**Nombre:** Iván Peñafiel Valderrama

**Supervisado por:** Gerente General

**Supervisa a:** diseñadores técnicos y operarios

**Funciones:**

Se encargan de asegurar el correcto funcionamiento del taller, Controla la entrada y salida al taller de materiales y equipos de trabajo utilizados en la ejecución de las tareas, organiza a los operarios en cuanto a las tareas que deben desempeñar cada uno de ellos. También se encarga de resolver cualquier incidencia que no permita a los operarios desarrollar su trabajo, como la falta de herramientas, falta de documentación, etc. delega visitas técnicas realizadas por los operarios a sus clientes.

**Cargo:** diseñador técnico

**Nombre:** Ing. Alex Reyes Almeida

**Supervisado por:** Gerente General, Jefe de taller

**Supervisa a:** operarios

**Funciones:**

Técnico especializado encargado de realizar los diseños previo a la producción necesarios para que los operarios puedan ejecutar su trabajo correctamente como son: planos, órdenes de trabajo, instrucciones técnicas, para control de las piezas industriales

elaboradas en el taller, Desarrollar modelos matemáticos y computacionales para facilitar la aplicación de los criterios de ingeniería en la optimización de los equipos o procesos que está diseñando, manejo de Autocad, solidworks, mastercam, inventor, etc. Llevar registro y control de los trabajos realizados y/o a realizar en el taller

<b>Cargo:</b> Operario
<b>Nombre:</b> Francisco Vergara
<b>Supervisado por:</b> Jefe de taller, diseñador técnico
<b>Funciones:</b> Efectuar las operaciones necesarias para la fabricación de piezas torneadas mecanizadas en máquinas convencionales, herramientas, de acuerdo con el programa de producción establecido y bajo requisitos de calidad, seguridad y cuidado del medio, acabado de las piezas, mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.

<b>Cargo:</b> Asesor Técnico
<b>Nombre:</b> Juan Carlos Tipanluiza
<b>Supervisado por:</b> Gerente General, Jefe de taller,
<b>Funciones:</b> Manejo de clientes de carácter industrial, Desarrollar y mantener un alto grado de conocimiento de los productos así como de los clientes que maneja y sus características comerciales, para identificar y desarrollar nuevas oportunidades. Coordinar y programar los servicios que se presta al cliente, realizar visitas técnicas a los clientes.

## Diseño de la Investigación

**Investigación científica** según (Tamayo M. T., 2004)“comprende la definición y redefinición de problemas, la formulación de hipótesis o

soluciones sugeridas, la recopilación, organización y valoración de datos, la formulación de deducciones y alcance de consecuencias, y, por último, el ensayo cuidadoso de las conclusiones” (pag.38)

Para el presente trabajo se empleará la investigación científica mediante información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir y aplicar el conocimiento, pensamiento crítico en la búsqueda de soluciones para elevar los niveles de ventas de la empresa Ingeplas y cumplir con los objetivos planteados.

**Investigación de campo:** Según (Definición, s.f.) Es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente. Recuperado de: <https://definicion.mx/investigacion-campo/>

Mediante Investigación de campo se obtendrá datos directos de la realidad y se evaluará al personal basándonos en entrevistas al gerente general, incorporando encuestas dirigidas al supervisor y operarios, para medir el desempeño de cada uno de estos, con base al análisis de hechos.

### **Tipos de Investigación**

**Tabla 3**

#### ***Prototipos***

<b>Explorativo</b>	<b>Explicativo</b>	<b>Descriptivo</b>	<b>Correlacional</b>
--------------------	--------------------	--------------------	----------------------

Se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, un nivel superficial de conocimientos. (Arias, 2012, pág. 27)	Busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, prueba de hipótesis, sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos (Arias, 2012, pág. 27)	Comprende la descripción, registro, Análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos, sobre realidades de hecho (Tamayo M. T., 2004, pág. 46)	Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables (Torres C. A., 2006, pág. 113)
---	--	--	--

Nota: Autores: Arias, G. (2012), Tamayo, M. (2004), Torres, C. (2006)

Para el presente proyecto se trabajará con el tipo de investigación explicativa porque se va analizar la gestión de la empresa Ingeplas para incrementar los niveles de ventas. No sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo

Se utilizará también la investigación descriptiva para, medir, evaluar y recolectar datos sobre diversos conceptos que se van a mencionar en el presente trabajo sobre la realidad del hecho.

### **Métodos y técnicas de investigación**

**Población:** “Se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Tamayo T. , 1997, pág. 114)

Según (Tamayo T. , 1997) es necesario que cuando se lleva a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características

en común esenciales, observables en un lugar y en un momento determinado al seleccionarse la población en estudio.

**Población Finita:** “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades” (Arias, 2012, pág. 82)

(Arias, 2012) Indica que las poblaciones finitas son aquellos grupos o conjuntos de seres, que conllevan atributos comunes, pero que a la vez componen una cantidad limitada de elementos o miembros.

**Población Infinita:** “es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.” (Arias, 2012, pág. 82)

(Arias, 2012) Identifica que población es infinita cuando cuyo número se encuentra calculado más allá de cien mil elementos distintos, oponiéndose entonces al concepto de Poblaciones Finitas.

La población del presente trabajo es finita, por lo tanto se va trabajar con toda la población y no necesita formula muestral ya que el conjunto de la población está conformada por 12 individuos.

#### **Tabla 4**

##### ***Universo***

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente	1
Jefe de taller	1
Diseñador técnico	1
Operarios	7
Asesor Técnico	1

Clientes corporativos	1
<b>Total</b>	<b>12</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

## **Muestra**

Según (Carmen Fuentelsaz Gallego, 2006, pág. 55) indica que “la muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población.”

(Carmen Fuentelsaz Gallego, 2006) Explica que la muestra es una representación de la población en estudio, motivo por el cual del tipo de muestra que se seleccione dependerá la calidad y cuán característico se quiera que sea el estudio de la población.

## **Tipos de Muestra**

### **Muestreo aleatorio simple**

Según (Mark L. Berenson, 2006) “en una muestra aleatoria simple, todos los elementos dentro del marco tienen las mismas posibilidades de selección que cualquier otro. Además cada muestra de un tamaño fijo tiene las mismas posibilidades de selección que cualquier otra muestra del mismo tamaño.”(pag.221) Recuperado de: <https://bit.ly/2VQ6FyQ>

(Mark L. Berenson, 2006) Indica que todos los elementos de la muestra tienen igual probabilidad de ser seleccionados para la muestra, al ser una técnica probabilística, se necesita un marco muestral con todos los individuos y que todos ellos sean seleccionables para la muestra.

### **Muestra sistemática**

Según (Mark L. Berenson, 2006) “En una muestra sistemática también es un mecanismo muy conveniente para recabar datos de agendas telefónicas, listas de alumnos, y artículos consecutivos que salen de una línea de ensamblaje” (pag.223)

(Mark L. Berenson, 2006) Indica que para seleccionar un muestra sistemática se elige de forma aleatoria siendo un muestreo probabilístico existen mayor posibilidad de que se presenten sesgos en la selección y falta de representatividad.

### **Muestreo estratificado**

Según (Mark L. Berenson, 2006) “un estrato se define mediante algunas características comunes, es más eficiente que el muestreo aleatorios simple y el sistemático, porque garantiza la representación de los elementos a lo largo de toda la población.”(pag.224)

(Mark L. Berenson, 2006) Explica que mediante el muestreo estratificado, se puede seleccionar de manera más representativa una muestra dentro de una población, en la cual los elementos seleccionados cumplen con requerimientos previos.

### **Muestreo por conveniencia**

Según (Navarrete, 2002, pág. 121) “la muestra por conveniencia es el procedimiento que consiste en la selección de la unidades de la muestra en forma arbitraria. Las que se presentan al investigador, sin criterio alguno que lo defina.”

Para el presente proyecto se utilizará el muestreo por conveniencia al considerar que se debe evaluar hábitos, opiniones, y puntos de vista del gerente general de la empresa en estudio, para abordar la ausencia de

estrategias administrativas con el objetivo de mejorar la situación actual de la empresa Ingeplas.

### **Métodos Teóricos**

**Método de análisis y síntesis:** (Narváez, 2006, pág. 107) indica que ambos son procesos cognoscitivos importantes para la investigación científica. El análisis es una operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y calidades, en sus múltiples relaciones y componentes. La síntesis es la operación inversa, que posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos componentes de un fenómeno o proceso. Recuperado de: <https://bit.ly/2SRNPFT>

Se empleara el método de análisis y síntesis al ser dos actividades complementarias ya que consiste en la separación material o mental del

Objeto de investigación en sus partes integrantes, con el propósito de descubrir los elementos esenciales que lo conforman, permitiendo conocer en el presente proyecto más profundamente las realidades del mismo, reconociendo y describiendo los elementos constitutivos de una realidad para proceder a organizar la información significativa según criterios preestablecidos adecuados al propósito de estudio.

**Inducción y Deducción:** (Narváez, 2006, pág. 107) la inducción es posible definirla como una forma de razonamiento por medio de la cual se transita del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general. Tal método es utilizable, porque en la naturaleza existen objetos que tienen características comunes, es decir, detecta lo común en los fenómenos individuales.

Sobre la base del estudio de los fenómenos singulares, con lo cual crea las condiciones esenciales para la confirmación empírica de la hipótesis. La deducción es también una forma de razonamiento

mediante el cual se transita desde un conocimiento general a otro particular (de menor nivel de generalidad). Recuperado de: <https://bit.ly/2SRNPFT>

Teniendo en cuenta la conexión de la Inducción y Deducción se obtendrá conocimientos que conducirán de lo particular a lo general de los hechos, y de lo general a lo particular para identificar las causas, y más allá de este efecto, brindara las bases o fundamentos para extender los conocimientos que se tienen sobre un fenómeno.

Para una comprensión más amplia y profunda del origen del problema del presente proyecto, se empleará la inducción y deducción como método de apoyo en la investigación científica aplicada que se efectuará durante el proceso de indagación y recolección de datos relevantes.

### **Técnicas de Investigación**

**Tabla 5**

#### ***Métodos de Indagación***

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario
Foda	Matriz

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

### **Entrevista**

Según (Acevedo, 1986) “técnica exclusivamente periodística, se la ha venido definiendo como la visita que se hace a una persona para interrogarla sobre ciertos aspectos y, después, informar al público de sus respuestas” (pag.8)

## **Encuesta**

Según (Acevedo, 1986) “es necesario que las preguntas formuladas se refieran al problema tratado, pertenezcan al campo de las competencias del sujeto y posean cierta importancia en cuanto al problema, importancia que el sujeto debe apreciar correctamente” (pag.122)

Para el presente diseño se empleará la técnica de la entrevista al gerente general, mediante un formulario que nos permitirá evaluar la gestión de la empresa Ingeplas y los niveles de ventas de la misma. Junto con una encuesta dirigida a los empleados del taller Ingeplas, información relevante que nos ayudara a identificar los conflictos internos a tratar.

## **FODA**

Según (Ecuador, 2019) La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc. que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. Recuperado de: <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Se elaborará un Foda a través de una matriz que requiere de procesos de estudio, comparación de mercado y evaluación de recursos de la organización, que permita obtener un diagnóstico preciso, en función de ello, tomar decisiones estratégicas que beneficien a Ingeplas.

## **Procedimientos de la investigación**

Mediante la investigación científica se buscará soluciones a los problemas, se desarrollará teorías, ampliará conocimientos, estableciendo contacto con la realidad. Se obtendrá datos de primera

mano según la investigación de campo, bajo la investigación descriptiva de hechos a partir de un criterio teórico, que determinará la problemática existente en el taller Ingeplas, y bajo la investigación explicativa, con el objetivo de encontrar las relaciones de causa-efecto.

Se empleará el muestreo por conveniencia al utilizar como técnica la entrevista dirigida al gerente general y la encuesta a los empleados del taller Ingeplas. Para el análisis de los datos se utilizará el método de análisis y síntesis para organizar la información significativa según criterios preestablecidos adecuados al propósito de estudio. Para una comprensión más amplia y profunda del origen del problema del presente proyecto, se empleará la inducción y deducción. Finalmente en función de una matriz FODA se tomara decisiones estratégicas para implementar el plan de estrategias competitivas.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta 1.

¿Cree usted que los cambios tecnológicos influyen en su rendimiento laboral diario?

Tabla 6

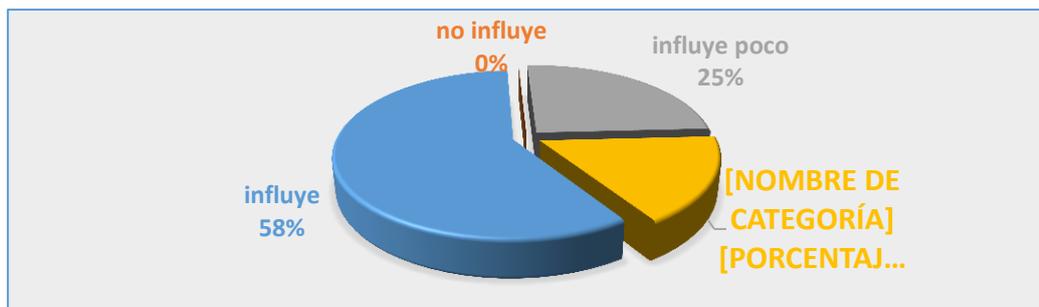
#### *Cambios Tecnológicos*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
influye	7	58%
no influye	0	0%
influye poco	3	25%
ocasional	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

Gráfico 5

#### *Cambios Tecnológicos*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

#### **Interpretación:**

Los resultados obtenidos muestran que los cambios tecnológicos influyen en un 58% en su mayoría en el rendimiento laboral diario, el 25% considera que influye muy poco, mientras que el 17% considera que la influencia es ocasional, pero nadie consideró que los cambios tecnológicos no influyen. Siendo evidente que afecta al desarrollo productivo de Ingeplas.

## Pregunta 2

¿Cree usted que la escasa competitividad en el área de producción sea por la falta de herramientas necesarias?

Tabla 7

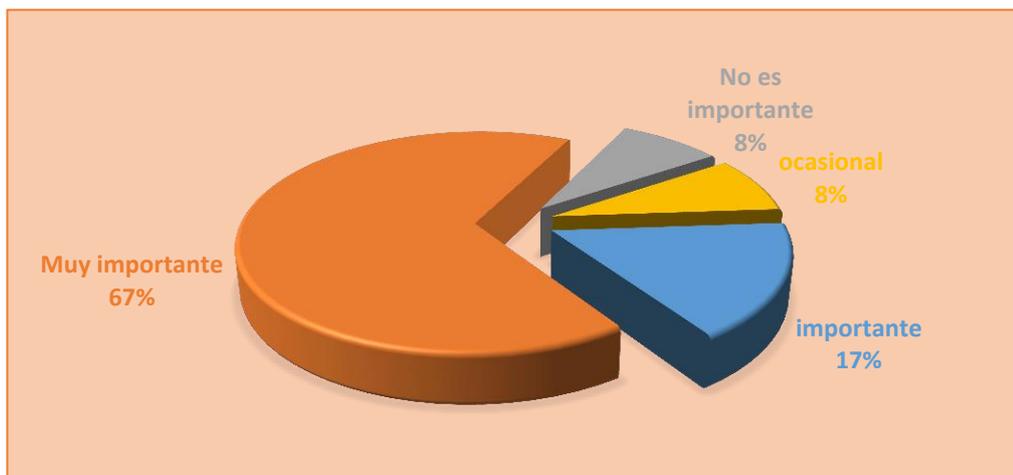
### *Escasa competitividad*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
importante	2	17%
Muy importante	8	67%
No es importante	1	8%
ocasional	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

## Gráfico 6

### *Escasa competitividad*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** De acuerdo a la gráfica el 67% de colaboradores considera que es muy importante contar con todas las herramientas necesarias para la elaboración de las piezas mecanizadas, el 17% lo considera importante, el 8% decidió que no es importante, y el 8% restante considera ocasional no contar con las herramientas necesarias y que este sea el motivo de la escasa competitividad en el área de producción de la empresa Ingeplas.

**Pregunta 3.**

¿En el taller Ingeplas se trabaja con el respectivo equipo de seguridad EPP (equipo de protección personal)?

**Tabla 8**

**Equipo de Seguridad**

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	25%
De acuerdo	7	58%
En desacuerdo	1	8%
Algo en desacuerdo	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Gráfico 7**

**Equipo de Seguridad**



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** La gráfica demuestra que 58% está de acuerdo en que cuenta con el equipo de protección necesario, el 25% totalmente de acuerdo, el 8% está en desacuerdo, y el 8% restante lo considera algo en desacuerdo. Lo que indica que no se operan las máquinas con el equipo de protección necesaria siempre, Estos resultados revelan la importancia de la ergonomía en el diseño de Equipos de Protección Personales (EPP), así como la necesidad de promover hábitos de uso en los trabajadores.

#### Pregunta 4

¿Está de acuerdo en realizar trabajos en una nueva línea de producción y en horarios rotativos?

Tabla 9

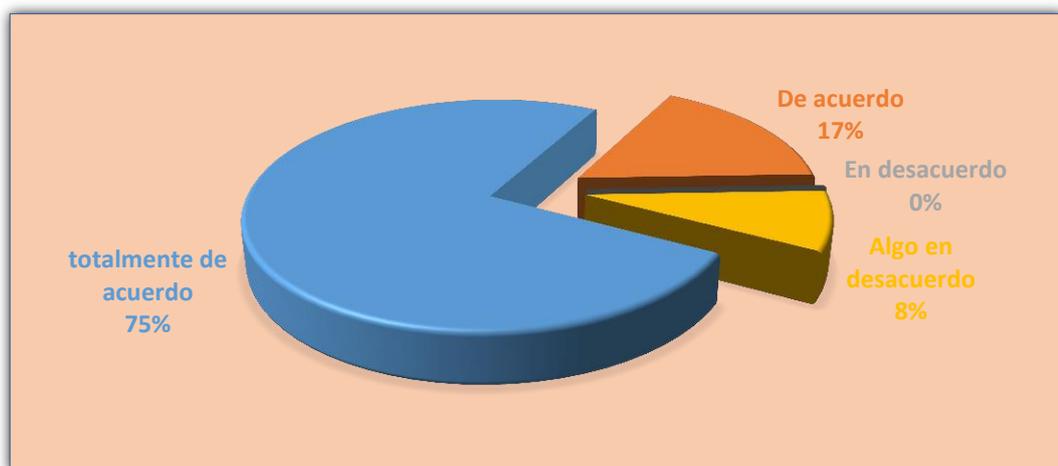
#### *Nueva línea de producción*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	75%
De acuerdo	2	17%
En desacuerdo	0	0%
Algo en desacuerdo	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

Gráfico 8

#### *Nueva línea de producción*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** Según el gráfico representativo el 75% está totalmente de acuerdo en realizar trabajos en una nueva línea de producción y en horarios rotativos, el 17% de acuerdo, el 8% algo en desacuerdo, pero nadie está en desacuerdo. Según estos resultados se puede contar con la aprobación de la mayoría de los colaboradores e involucrar a Ingeplas en nuevos proyectos de diseño de mecanizado.

### Pregunta 5

¿Cree usted que se puede implementar estrategias competitivas en su área de trabajo?

Tabla 10

#### *Estrategias Competitivas*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	42%
De acuerdo	4	33%
En desacuerdo	1	8%
Algo en desacuerdo	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

### Gráfico 9

#### *Estrategias Competitivas*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** la gráfica demuestra que el 42% de los colaboradores está totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 17% algo en desacuerdo, y el 8% restante en desacuerdo. Según los resultados obtenidos el personal de la empresa Ingeplas, en su mayoría respondió afirmativamente y está dispuesto a colaborar ante las alternativas de cambio internas que se pueden implementar a futuro para una producción de calidad.

### Pregunta 6

¿Considera que es importante que los asesores técnicos mantengan un alto grado de conocimiento de los productos para elevar las ventas?

Tabla 11

#### Conocimiento de productos

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Importante	2	17%
Muy importante	9	75%
No es importante	0	0%
Ocasionalmente	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

Gráfico 10

#### Conocimiento de productos



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** La gráfica demuestra que el 75% considera que es importante que los asesores técnicos mantengan un alto grado de conocimientos de los productos, el 17% lo considera importante, el 8% lo considera importante de manera ocasional, pero no deja de ser importante para ningún colaborador. Según estos resultados mantener capacitados a los asesores técnicos encargados de las ventas garantiza el incremento de las mismas.

### Pregunta 7

¿Cree usted que los trabajos que se realizan en el taller de Ingeplas se entregan a tiempo?

Tabla 12

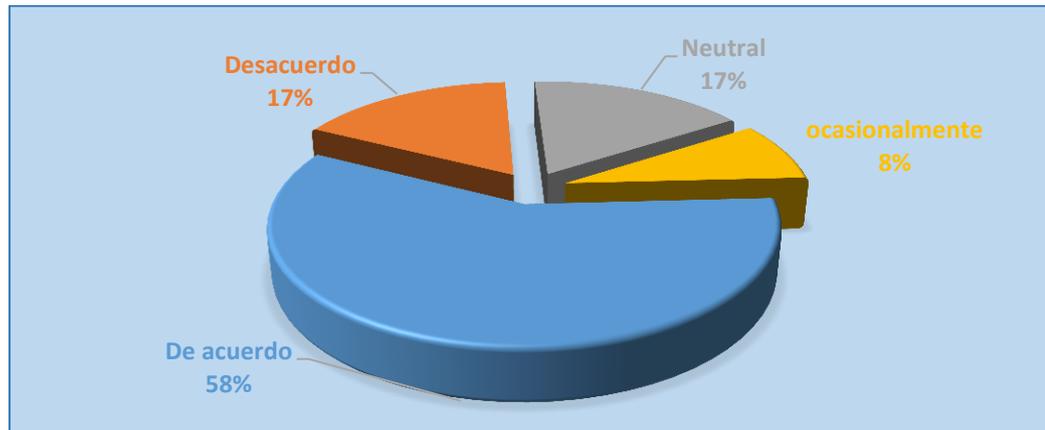
#### *Entrega de trabajos*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	7	58%
Desacuerdo	2	17%
Neutral	2	17%
Ocasionalmente	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

Gráfico 11

#### *Entrega de trabajos*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** La gráfica indica que el 58% de los colaboradores está de acuerdo en que Ingeplas entrega a tiempo sus trabajos, el 17% está en desacuerdo, el 17% se mantiene neutral a la respuesta y el 8% ve ocasional la entrega a tiempo. Según estos resultados la empresa suele tener retrasos en la entrega de sus trabajos debido a diferentes imprevistos ocasionados en el proceso de producción de la empresa Ingeplas.

### Pregunta 8

¿Está de acuerdo en que la ausencia de diferenciación en sus productos influye en los bajos niveles de venta?

Tabla 13

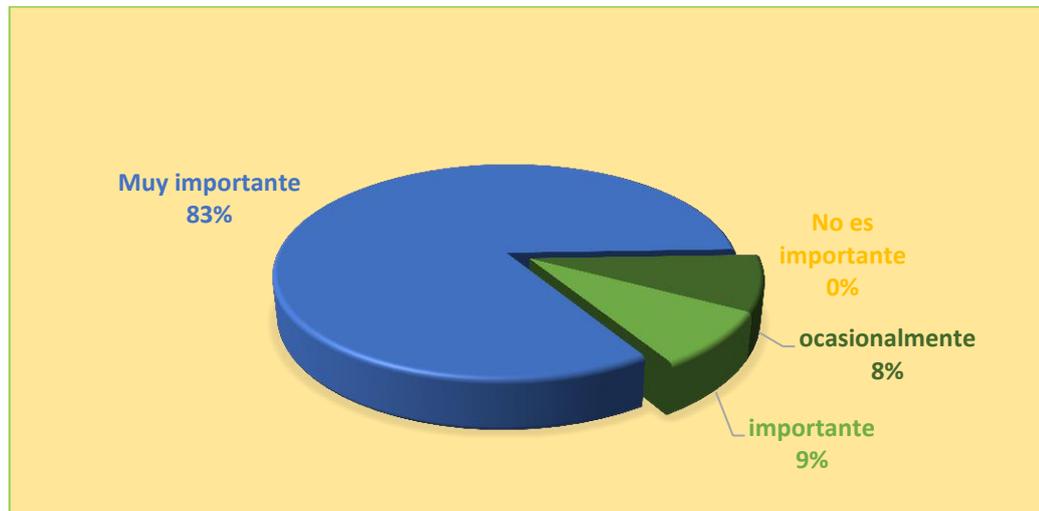
#### *Diferenciación productos*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
importante	1	8%
Muy importante	10	83%
No es importante	0	0%
ocasionalmente	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

Gráfico 12

#### *Diferenciación productos*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** La gráfica indica que el 83% de los empleados está de acuerdo en que la ausencia de diferenciación influye en los bajos niveles de venta, el 9% importante, el 8% ocasionalmente, pero nadie considera que no sea importante. Según estos resultados la empresa puede considerar incluir un factor diferenciador en s servicio y en el acabado de sus productos finales.

### Pregunta 9

¿Considera usted que es importante Identificar un nuevo mercado objetivo para incrementar la captación de clientes?

Tabla 14

#### *Nuevo mercado objetivo*

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
importante	6	50%
Muy importante	3	25%
No es importante	2	17%
ocasionalmente	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

Gráfico 13

#### *Nuevo mercado objetivo*



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** la gráfica indica que el 50% de los colaboradores considera importante identificar un nuevo mercado objetivo, el 25% lo considera muy importante, el 17% no lo considera importante y el 8% lo considera ocasional. Según este resultado la empresa puede tener en cuenta involucrarse en un nuevo mercado objetivo para incrementar la captación de clientes potenciales.

## **Análisis Foda**

Al describir la situación actual de la empresa, se realizó un diagnóstico estratégico de la empresa en estudio, de su entorno interno y externo. A continuación se mencionan las fortalezas, oportunidades y amenazas de la empresa Ingeplas.

### **Fortalezas**

- Reconocimiento en el mercado por grandes empresas nacionales, debido a que trabaja con su socio comercial Sutin S.A, quien es más reconocido en el mercado y le provee de grandes contratos.
- Infraestructura propia con capacidad para su operaciones de mecanizado diarias, esto permite elaborar piezas de gran magnitud según las necesidades de los clientes, y en la línea de producción que maneje la empresa.
- Materia prima de excelente calidad para las distintas aplicaciones en la industria, Ya que cuenta con un proveedor internacional Quadrant, considerada la empresa líder mundial en fabricación de termoplásticos y materiales compuestos de alto rendimiento.
- Tecnología de alta gama utilizada en el mecanizado CNC de software, Debido a este proceso automatizado que se consigue a través del CNC, y la flexibilidad de los procesos de mecanizado para dar forma a los componentes mecánicos, ya que se puede diseñar piezas con formas de geometría compleja, y con gran precisión de medidas tanto externa como internamente.

- Personal técnico especializado en el mecanizado industrial, cuyas funciones son el eje principal de la producción y de la calidad de las piezas que diseñan y elaboran, responsables del prestigio y de la calidad en el acabado de las mismas.

## **Oportunidades**

- Desarrollo de diferentes líneas de producción, ya que puede considerar involucrarse en una gran cantidad de segmentos en diferentes industrias como la aeronáutica, automotriz, instrumental médico, y la micro fabricación entre otras.
- Diferenciación en productos terminados, esto se puede lograr gracias a que la empresa cuenta con los recursos apropiados y necesarios para brindar a sus clientes productos terminados con calidad, garantizando que los clientes de las diferentes industrias los prefiera.
- Capacitaciones laborales externas por parte de la empresa, considerando que debe cuidar de sus clientes internos como externos para mantener un alto grado de motivación y compromiso por parte de sus empleados.
- Plan de Mantenimiento preventivo de la maquinaria, siendo de gran importancia invertir en prevenir gastos futuros, evitando costos más altos en repuestos o el mal funcionamiento de los recursos tecnológicos como las máquinas CNC, indispensables para la actividad operacional de la empresa.
- Promociones de servicio por temporada, la empresa puede involucrarse en otros segmentos de acuerdo a la temporada del

año y según la necesidad de las industrias con las que trabaja para incrementar sus ventas.

- Asesoramiento y servicio técnico post venta, en la búsqueda de captar y fidelizar nuevos clientes para la empresa Ingeplas, debe considerarse mantener la satisfacción de sus clientes corporativos

Para que tengan la convicción de preferir a Ingeplas de entre sus competidores.

### **Debilidades**

- Altos costes de mantenimiento de las máquinas herramientas, ante la necesidad de prever fallas técnicas en el proceso de producción.
- Retraso en entrega de trabajos, factor de gran importancia si se desea fidelizar a los clientes industriales con lo que se trabaja.
- Estructura lineal e informal de la organización. Lineal, porque es dirigida por el gerente general de la empresa, encargado de planificar, dirigir, organizar y controlar la empresa. teniendo en cuenta que en el proceso de análisis se identificó componentes de una organización informal.
- Escasa capacitación al personal, causando poco interés de superación y motivación en los colaboradores al no sentirse competentes y valorados por la empresa.
- Limitada captación de clientes, debido a que la empresa no ha desarrollado nuevas líneas de producción en diferentes industrias y se mantiene operando en las mismas.

- no alcanzar las metas de ventas, aunque no es permanente la empresa atraviesa meses en los que sus niveles de ventas son bajos, y no se logra cumplir con los objetivos mensuales planteados.

### **Amenazas**

- Competencia consolidada en el mercado, quienes ya operan en el mercado de mecanizado y cuentan con los mismos recursos, pero con mayor reconocimiento por diferentes factores.
- Alza de materiales y materia prima, considerando que al exportar los recursos necesarios para la producción se eleven los costes de adquisición por lo cual dejen de desarrollarse proyectos e inversiones a la espera de que se superen los malos tiempos.
- condiciones macroeconómicas como la inflación, teniendo en cuenta que La inflación es el aumento de precios de los bienes y servicios que se venden en un país, por esto cuando el valor de la producción de bienes aumenta debido al alza de precios de las materias primas, el transporte entre otros factores para poder mantener los márgenes de ganancia toda la cadena de producción sube sus precios.
- Normativas ambientalistas para la reducción de emisión de partículas en el aire y deposición de desechos. En estos casos el mecanizado por arranque de viruta arranca o corta el material de una pieza con una herramienta dando lugar a un desperdicio, que también se llama viruta, que se separa de la pieza con la misma herramienta. Y al considerarse que contamine el ambiente sería un motivo para reducir la elaboración de las piezas en torno y fresa.

- Bancos no otorguen préstamos, para financiar los procesos de producción y responsabilidades institucionales por diferentes factores.

### **Asignación de una ponderación FODA**

El presente análisis se realizará de acuerdo a una escala establecida de 1 a 3, donde el 3 denota el nivel mayor de actuación, el 2 el nivel medio y el 1 el nivel más bajo como indica (Rojas, 2009, pág. 57)

3 =Alto

2 =Medio

1 =Bajo

Se asignará una calificación individual a cada factor de la lista, para indicar, el grado de cada variable, de esta manera se puede establecer las diferencias entre ellas que permita jerarquizarlas.

Según (Rojas, 2009) se determinará las condiciones reales de actuación con relación a las variables internas y externas de la empresa en estudio. Con los datos disponibles y el conocimiento general de la organización, se establecerán de la manera más objetiva una lista de cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, percibidas en el presente. El número va variar para cada una, estableciendo un límite de igual para todos para todas, más relevantes.

El cálculo de los resultados para el análisis por criterio, se sumará de manera horizontal o por renglón el total de números asignados a la lista de cada una de las variables (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades) obteniéndose así un total que expresado en porcentaje significa el 100% de la cantidad, lo que significa el gran total de cada una de ellas, para realizar el análisis global de la organización, se realizará la suma por columna ( hacia abajo ) de todas las calificaciones asignadas y para determinar la contribución individual de cada variable estas se dividirán entre el gran total.

Como se muestra detallado y establecido en la siguiente matriz de totales y porcentajes.

**Tabla 15**

**Tabla matriz de totales y porcentajes**

ANÁLISIS INTERNO				ANÁLISIS EXTERNO				
	NIVEL	DEBILIDADES	NIVEL	OPORTUNIDADES	NIVEL	AMENAZAS	NIVEL	TOTAL
Reconocimiento en el mercado por grandes empresas nacionales.	3	Altos costes de mantenimiento de las máquinas herramientas	1	Desarrollo de diferentes líneas de producción	2	Competencia consolidada en el mercado.	2	8
Infraestructura propia con capacidad para su operación diaria.	3	Retraso en entrega de trabajos.	3	Diferenciación en productos terminados	3	Competidores con una estructura de costo menor.	2	11
Materia prima de excelente calidad para las distintas aplicaciones en la industria.	3	Estructura lineal e informal de la organización	2	Capacitaciones laborales externas por parte de la empresa	2	Alza de materiales y materia prima	3	10
Tecnología de alta gama utilizada en el mecanizado CNC de software.	3	Escasa capacitación al personal.	2	Plan de Mantenimiento preventivo de la maquinaria	2	condiciones macroeconómicas como la inflación	3	10
Diseño de piezas especiales utilizando programas informáticos muy técnicos con tal de que la precisión sea milimétrica.	2	Limitada captación de clientes.	3	Promociones de servicio por temporada	2	Normativas ambientalistas para la reducción de emisión de partículas en el aire y deposición de desechos.	1	8
Personal técnico especializado en el mecanizado industrial.	2	no alcanzar las metas de ventas	3	Asesoramiento y servicio técnico post venta	3	Bancos no otorgan préstamos.	3	11
<b>total</b>	<b>16</b>	<b>total</b>	<b>14</b>	<b>total</b>	<b>14</b>	<b>total</b>	<b>14</b>	<b>58</b>
<b>porcentajes</b>	<b>28%</b>	<b>porcentajes</b>	<b>24%</b>	<b>porcentajes</b>	<b>24%</b>	<b>porcentajes</b>	<b>24%</b>	<b>100%</b>

Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

### **Determinación del balance estratégico a través de los factores de optimización y riesgo.**

Los resultados numéricos y los porcentajes obtenidos, se aplicarán tanto para el análisis por criterios (horizontal), o para el análisis global (suma vertical y luego horizontal), las siguientes fórmulas para estimar los factores de optimización y riesgo de la organización, y conocer así el balance estratégico.

Balance estratégico: Factor de optimización = Factor de riesgo.

Según (Rojas, 2009, pág. 58) “El balance estratégico es la relación que guardan entre sí el factor de optimización y riesgo de una organización y puede tanto favorecer como inhibir el desarrollo de estrategias competitivas.”

“El factor de optimización: indica la posición favorable de la organización respecto a sus activos competitivos y las circunstancias que potencialmente pueden significar un beneficio importante para adquirir ventajas competitivas en el futuro.” (Rojas, 2009, pág. 58)

“El factor de riesgo por el contrario muestra un pasivo competitivo y aquellas condiciones que limitan el desarrollo futuro para una organización.” (Rojas, 2009, pág. 58)

**F + O = Factor de optimización**

**D + A = Factor de riesgo**

La evaluación de los factores debe enfocarse de manera global para tener la idea del desempeño de toda la organización, y como para cada

uno de los criterios separadamente, para conocer de manera específica los distintos aspectos de la actividad operacional de la empresa.

El balance estratégico realizado en base al análisis de las variables FODA de la empresa Ingeplas demuestra una diferencia mínima de 4% entre el factor de optimización y el factor de riesgo, en busca de la mejor condición para operar.

**Tabla 16**

***Balance estratégico***

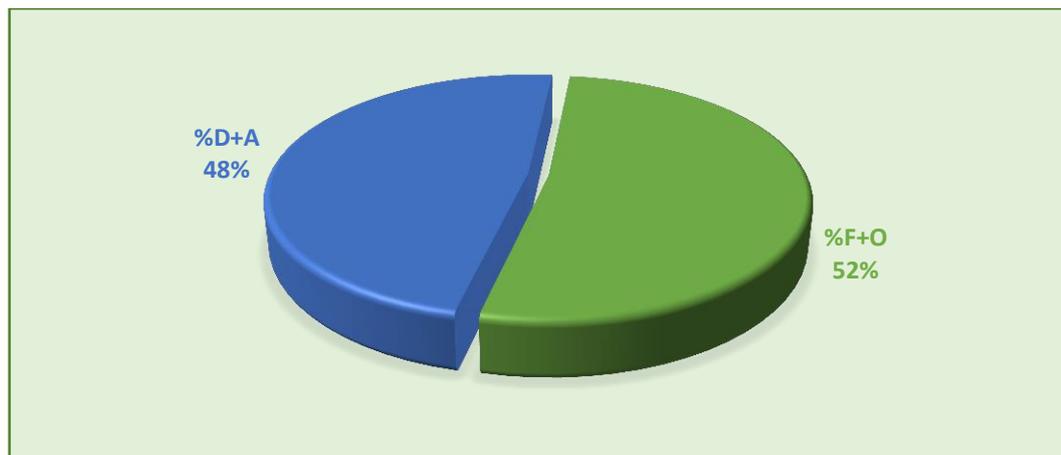
F+O	D+A	%F+O	%D+A	TOTAL
52	48	52%	48%	100%

Recuperado

de:<https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>

**Gráfico 10**

***Balance estratégico***



Nota: Autora: Reyes, M. (2018)

**Interpretación:** según este análisis en el aspecto económico la empresa tiene un balance estratégico ligeramente favorable hacia el factor de fortaleza y oportunidad el cual representa un 52% contra las debilidades y amenazas de un 48%, por existir una diferencia mínima del 4% se teme un factor de riesgo muy alto en conjunto, por tanto se deberá dar prioridad a este aspecto de la empresa para que las

estrategias que se propongan contribuyan al desarrollo productivo en el corto plazo.

**Tabla 17**

**Plan de Estrategias Competitivas**

**Objetivo: Incrementar los niveles de ventas de la empresa Ingeplas**

Estrategias	Tareas	Responsable de Tareas	Tiempo	Recursos necesarios	Financiación	Indicador seguimiento	responsable
<b>1. Fortalecer valores institucionales analizando la cultura organizacional de la empresa Ingeplas</b>							
Mantener el ambiente físico óptimo para que el trabajador se sienta cómodo en sus labores	Capacitación de seguridad industrial para la administración de recursos humanos	Gerencia Jefe de taller Contador	1 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de reuniones</li> <li>Documentación técnica</li> <li>Presentaciones en power point</li> <li>Videos técnicos de apoyo</li> </ul>	Empresa Ingeplas  Costo de capacitación: \$600	Evaluación y seguimiento de políticas de seguridad	<b>CIFOS</b> : Centro Internacional de Formación en Seguridad y Salud Ocupacional que Administrar <b>SESO - SESOCORPSA SA</b>
Reforzar la cultura de trabajo en equipo actual, crear compromiso en los colaboradores.	Reuniones mensuales en las que se escuche a los empleados para auto motivar su participación y desempeño diario	Gerencia y Jefe de taller Contador	3 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instalaciones de la empresa</li> <li>tareas diarias</li> <li>recurso humano</li> <li>recurso tecnológico</li> </ul>	Empresa Ingeplas  Costo de refrigerios: \$100	Entrevistas a empleados	Gerencia Jefe de taller
<b>2. Integración vertical y horizontal</b>							
Integración vertical	Distribución de los bienes que produce: venta al consumidor final	Gerencia Jefe de taller Contador	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>cotizaciones de trabajos a realizar</li> <li>recurso humano</li> <li>recurso tecnológico</li> </ul>	Empresa Ingeplas  Comisiones a operarios: 6% del total del contrato	Tabla de valores mensuales	Gerencia Jefe de taller

Diversificación horizontal.	Incremento de la cartera de negocios: la variedad de sectores en que este presente y la variedad de productos que ofrece dentro de cada sector.	Gerencia Jefe de taller Contador Sutin S.A.	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• catálogo de productos</li> <li>• recurso humano</li> <li>• recurso tecnológico</li> </ul>	Empresa Ingeplas  Porcentaje de ganancia para Sutin S.A del 20%	Cartera de clientes	Socio comercial: Sutin S.A.
-----------------------------	---	--	---------	--	---	---------------------	--------------------------------

### 3. Definir los productos/servicios y los clientes potenciales

Trabajar en nuevas líneas de producción	Operación en amplios sectores del mercado, como el diseño de transportadores y mecanizado para medicina	Gerencia Jefe de taller Contador	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de diseño</li> <li>• Operarios</li> <li>• Recursos tecnológicos</li> </ul>	Empresa Ingeplas  Inversión prototipos : \$600	Test de mercado	Gerencia Jefe de taller Operarios
Brindar experiencia diferencial	Diseño de productos con acabados de calidad y sello de la empresa, al tiempo requerido por el cliente	Gerencia Jefe de taller Contador	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo de Ingeplas</li> <li>• Operarios</li> <li>• Recursos tecnológicos</li> <li>• Normas ISO 9001:2015</li> <li>• Sistemas de Gestión de la Calidad.</li> </ul>	Empresa Ingeplas  Costes Certificación e Implementación \$2,000	Proyecciones numéricas Mensuales	Gerencia Jefe de taller Operarios Consultores externos
Mejorar y mantener la satisfacción del cliente	Servicio de asesoría técnica post-venta	Gerencia Asesores técnicos de venta	6 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing digital</li> <li>• Visitas técnicas post-ventas</li> </ul>	Empresa Ingeplas Comisión del 2% para el asesor técnico del total	Encuestas de satisfacción	Gerencia Jefe de taller Asesores técnicos



2018-2019		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
		SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
TIEMPO	ACTIVIDADES	1ERA	2DA	3RA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ERA	2DA	3RA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA
	Capacitación de seguridad industrial para la administración de recursos humanos	■				■				■															
	Reuniones mensuales en las que se escuche a los empleados para auto motivar su participación y desempeño diario			■					■				■												
	Distribución de los bienes que produce: venta al consumidor final	■				■				■				■				■				■			
	Incremento de la cartera de negocios: la variedad de sectores en que este presente y la variedad de productos que ofrece dentro de cada sector			■					■				■				■				■				
	Operación en amplios sectores del mercado, como el diseño de transportadores y mecanizado para medicina.	■				■				■				■				■				■			
	Diseño de productos con acabados de calidad y sello de la empresa, al tiempo requerido por el cliente		■				■				■				■				■				■		
	Servicio de asesoría técnica post-venta			■					■				■				■				■				■

**Cronograma**

**de**

**Actividades**

## Incremento de Niveles de Ventas

REPORTE DE ACTIVIDADES Y FACTURACIÓN SEMANAL							SEPTIEMBRE			
CANT	UND	DESCRIPCION	ORDEN Nº	FECHA LLEGADA	SOLICITA ASESOR	TIEMPO H	MECANICO	VALOR	VALOR	
							ENCARGADO	UNITARIO	TOTAL	
30	UND	SOPORTE LATERAL CON PLATINA INOX DE	6032	11/09/2018	FABRICO	2D	CRISTOBAL/KLEBER/IVAN	\$ 20,00	\$ 600,00	
6	UND	PERFIL POLIETILENO TIPO T 3MTS	6048	17/09/2018	FABRICO	2D	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 21,00	\$ 126,00	
3	UND	PERFIL POLIETILENO TIPO C 3MTS						\$ 21,00	\$ 63,00	
5	UND	PERFIL GUIA DE DESGASTE TIPO U PARA C	6044	17/09/2018	JUAN	7H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 18,00	\$ 90,00	
4	UND	ENG SERIE 815 Z21 EJE DE 1,1/4"	6049	18/09/2018	JAIME	2D	FRANCISCO/IVAN/JEFERSON	\$ 30,00	\$ 120,00	
12	UND	PLACAS PARA TRANSPORTADOR FUNDAS	6051	18/09/2018	CARLOS	6H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 7,00	\$ 84,00	
16	UND	RUEDAS OVALAS S/MUESTRA	6043	17/09/2018	DANILO	2D	ALEX/JUAN CARLOS	\$ 25,00	\$ 400,00	
5	UND	TORTAS EN DURALON 10"	6046	17/09/2018	CARLOS	2D	IVAN/JEFERSON	\$ 7,00	\$ 35,00	
2	UND	TORTAS DURALON 6"			CARLOS		\$ 5,00	\$ 10,00		
12	UND	BOTELLAS	5936	07/08/2018	JAIME		JUAN/ALEX/IVAN/JEFERSON	\$ 220,00	\$ 2.640,00	
2	UND	BARRA RECTANGULAR DURALON 30X75	6057	20/09/2018	CARLOS		CRISTOBAL/KLEBER	\$ 12,00	\$ 24,00	
35	UND	LLANTAS TROLE 2	6038	13/09/2018	SHIRLEY		JUAN/CRISTOBAL/IVAN/KLEB	\$ 10,00	\$ 350,00	
3	UND	LLANTAS TROLE 3					\$ 18,00	\$ 54,00		
100	UND	LLANTAS TROLE 4					\$ 18,00	\$ 1.800,00		
2	UND	DISCOS EN POLIPROPILENO 3/4"	6055	20/09/2018	JEAN		CRISTOBAL/KLEBER	\$ 14,00	\$ 28,00	
									\$ 6.424,00	



REPORTE DE ACTIVIDADES Y FACTURACIÓN DE VENTAS		OCTUBRE
--	--	---------



CANT	UND	DESCRIPCION	ORDEN	FECHA	SOLICITA	TIEMPO	MECANICO	VALOR	VALOR
			Nº	LLEGADA	ASESOR	H	ENCARGADO	UNITARIO	TOTAL
20	UND	DISTANCIADOR PLAST LONG 33mm	6111	17/10/2018	JAIME	5H	ALEX/JUAN	\$ 3,50	\$ 70,00
24	UND	DISCOS EN POLIPROPILENO D. EXT 35Cm	6116	19/10/2018		6H	CRISTOBAL/ALEX/KLEBER	\$ 18,00	\$ 432,00
3	UND	POLEAS Z21 PARA CADENA K750 S820	6112	17/10/2018	VICTOR	2D	IVAN/FRANCISCO	\$ 25,00	\$ 75,00
2	UND	REPARACION DE SELLO PARA BOMBA ACEITE	6124	23/10/2018	CARLOS	2D	IVAN	\$ 48,00	\$ 96,00
230	UND	EMPUJADORES S900 ANCHO 6"	6121	19/10/2018	JEAN	6H	CRISTOBAL/ALEX/KLEBER	\$ 1,00	\$ 230,00
26	UND	CORTE EMPUJADOR S900 1.1/2"	6126	23/10/2018	SHIRLEY	4H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 0,50	\$ 13,00
13	UND	CORTE EMPUJADOR S900 1.1/2"						\$ 0,50	\$ 6,50
114	UND	EMPUJADORES S800 FLAP TOP 3"	6123	23/10/2018	FABRICO	4H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 0,50	\$ 57,00
38	UND	EMPUJADORES S800 FLAP TOP 3"						\$ 0,50	\$ 19,00
1	UND	SELLO MECANICO TIPO 900B EJE 1.1/2"	6120	19/10/2018	JUAN	2D	IVAN	\$ 55,00	\$ 55,00
1	UND	SELLO MECANICO EN ESPIRAL TIPO 21 EJE 1,7/8"	6125	23/10/2018	DANILO	2D	IVAN/FRANCISCO	\$ 40,00	\$ 40,00
1	UND	FABRICACION DE PERFIL PARA VALVULAS ALMID	6127	23/10/2018	JUAN	4H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 22,50	\$ 22,50
120	MTS	PLATINA EN TIVAR 1000 30X25.4 X 3000	6132	24/10/2018	VICTOR	6H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 1,50	\$ 180,00
8	UND	FABRICACION EMPAQUES PLASTICOS	6088	04/10/2018	DAGOBERTO	10D	ALEX/IVAN/PEDRO	\$ 200,00	\$ 1.600,00
10	UND	FABRICACION EMPAQUES PLASTICOS CALOPE						\$ 420,00	\$ 4.200,00
5	UND	SELLO MECANICO UM7N STM EJE 35mm	6118	19/10/2018	CARLOS	4D	IVAN/JEFERSON/FRANCISCO	\$ 90,00	\$ 450,00
30	UND	PIÑON Z25 INT 40MM	6119	19/10/2018	JAIME	4D	JEFERSON/JUAN/FRANCISCO	\$ 30,00	\$ 900,00
12	UND	PIÑON Z21 INT 40MM						\$ 25,00	\$ 300,00
155	UND	RUEDAS DE RETORNO CN						\$ 3,00	\$ 465,00
									\$ 9.211,00

REPORTE DE ACTIVIDADES Y FACTURACION SEMANAL			NOVIEMBRE						
CANT	UND	DESCRIPCION	ORDEN	FECHA	SOLICITA	TIEMPO	MECANICO	VALOR	VALOR
			Nº	LLEGADA	ASESOR	H	ENCARGADO	UNITARIO	TOTAL
6	UND	SELLO MECANICO U209 EJE 100mm	6166	01/11/2018	CARLOS	5D	IVAN/CRISTO/KLEBER/FANCISCO/JEFFERSON	\$ 360,00	\$ 2.160,00
2	UND	SELLO MECANICO U209 EJE 90mm						\$ 320,00	\$ 640,00
2	UND	SELLO MECANICO U209 EJE 70mm						\$ 280,00	\$ 560,00
1	UND	CORTE DE BARRA 6PLA D=160 LONG 50mm	6183	19/11/2018	JEAN	10MIN	IVAN	\$ 5,00	\$ 5,00
5	UND	DISCOS EN POLIPROPILENO D=EXT 32.5CM	6184	20/11/2018	JUAN	3H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 16,00	\$ 80,00
44	UND	DISCOS EN POLIPROPILENO D=EXT 25CM	6174	15/10/2018	FABRICO	7H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 18,00	\$ 792,00
40	UND	DISCOS EN POLIPROPILENO D=EXT 26.5CM						\$ 18,00	\$ 720,00
36	MTS	PLATINA DE 1 1/4" X1/4 DESGASTE						6182	19/11/2018
2	UND	ENG BIPARTIDOS S.812 Z21	6178	15/11/2018	VICTOR	2D	FRANCISCO/IVAN	\$ 25,00	\$ 50,00
1	UND	ENG Z25 P/CADENA RECTA	6159	07/11/2018	CARLOS	2D	FRANCISCO/AL	\$ 30,00	\$ 30,00
1	UND	POLEA CONDUCCIDA Z25						\$ 25,00	\$ 25,00
2	UND	REPARACION DE SELLO MECANICO TIPO 700						6144	30/10/2018
50	UND	RUEDA DURALON 120X40mm	6180	16/11/2018	VICTOR	2D	ALEX/KLEBER/JUAN	\$ 3,50	\$ 175,00
50	UND	RUEDA DURALON 100X10mm						\$ 3,50	\$ 175,00
1	UND	FABRICACION DE MATRIMONIO PLASTICO S/M/RN NYLATRON	6161	07/11/2018	JUAN	7H	PEDRO/ALEX	\$ 65,00	\$ 65,00
2	UND	DISCOS P.P DE 410mm 3/4"	6186	22/11/2018	JUAN	6H	CRISTOBAL/KLEBER	\$ 16,00	\$ 32,00
14	UND	FABRICACION DE ENG S1400 DE 5.7"	6179	16/11/2018	DANILO	2D	FRANCISCO/AL	\$ 40,00	\$ 560,00
1	UND	SELLO MECANICO MULTIRESORTE EJE 1.1/2"	6150	31/10/2018	JAIME	3D	IVAN/CRISTOBAL	\$ 250,00	\$ 250,00
2	UND	LAPEO DE PISTA ESTACIONARIA Y ROTATORIA	6185	20/11/2018	DIEGO	5H	CRISTOBAL	\$ 20,00	\$ 40,00
60	UND	ANILLO ROSCADOS	6192	23/11/2018	FABRICO	2D	ALEX/JUAN	\$ 4,00	\$ 240,00
25	UND	BUJE EN POLIURETANO	6169	12/11/2018	CARLOS	2D	ALEX/PEDRO	\$ 12,00	\$ 300,00
2	UND	SELLO ST135 EJE 60mm	6177	15/11/2018	VICTOR	4D	JEFFERSON/FRANCISCO	\$ 500,00	\$ 1.000,00
24	UND	FABRICACION DE DISCOS PP 35CM	6194	26/11/2018	FABRICO	1D	TOBAL/ALEX/KLEBER	\$ 18,00	\$ 432,00
30	UND	CORTE DE EMPUJADORES S800	6153	31/10/2018	FABRICO	4H	CRISTOBAL/FRANCISCO/KLEBER	\$ 1,00	\$ 30,00
30	UND	CORTE DE EMPUJADORES S800						\$ 1,00	\$ 30,00
120	UND	EMPUJADORES CORTE S800 ANCHO 6"						\$ 1,00	\$ 120,00
2		PLATINA DE TIVAR1000 UHMW 3/4"	6147	31/10/2018	DANILO	5H	RISTOBAL/KLEBER	\$ 9,00	\$ 18,00
45	MTS	PLATINA DE DESGASTE TIVAR 1000 ESP 1/4	6146	30/10/2018	SHIRLEY	8H	RISTOBAL/KLEBER	\$ 1,30	\$ 58,50
3	UND	REPARACION DE SELLO MECANICO P/PALIGHT	6136	25/10/2018	DANILO	2D	IVAN/FRANCISCO	\$ 80,00	\$ 240,00
1	UND	PLACA UHMW MODELA DORA DE MASA EN TIVAR 1000	6152	31/10/2018	JAIME	5H	CRISTOBAL,FRANCISCO	\$ 300,00	\$ 300,00
1		PLACA PROTEUS 1300 X600X5mm	6157	06/10/2018	BEDOYA	4H	CRISTOBAL	\$ 10,00	\$ 10,00
4		ENGRANAJES NYLON Z21 D. EXT 129 CHAVETA	6151	31/10/2018	JAIME	1D	JEFFERSON/IVAN	\$ 30,00	\$ 120,00
1		ENGRANAJES NYLON S1400 Z18 D. CHAVETA INT 1"	6149	31/10/2018	JAIME	8H	IVAN/FRANCISCO	\$ 35,00	\$ 35,00
16		ENGRANAJES SERIE 3000 D.EXT 165mm Z10	6141	29/10/2018	DANILO	2D	IVAN/FRANCISCO	\$ 18,00	\$ 288,00
90		TAPAS POLIETILENO C.EXT 1. 1/2"	6154	31/10/2018	CARLOS	6H	ALEX	\$ 1,00	\$ 90,00
1	UND	FABRICACION Y LIMPIEZA DE SELLO S/MUESTRA	6158	07/11/2018	FABRICO	1D	IVAN	\$ 40,00	\$ 40,00
2		PIÑON SERIE 815 Z23 D. EXT 150	6143	29/10/2018	JAIME	3D	IVAN/KLEBER/FRANCISCO	\$ 30,00	\$ 60,00
2		PIÑON SERIE 815 Z21 D. EXT 151						\$ 28,00	\$ 56,00
5		POLEAS DE RETORNO Z21						\$ 25,00	\$ 125,00
4		PIÑON ARRASTRE Z17 D.EXT 104	6142	29/10/2018	JAIME	2D	IVAN/FRANCISCO	\$ 25,00	\$ 100,00
85		CORTE DE EMPUJADORES 6" -4" - 2"	6160	07/11/2018	JHON	4H	RISTOBAL/KLEBER	\$ 0,50	\$ 42,50
25		SOPORTE LATERAL CON PLATINA INOX	6145	30/10/2018	FABRICO	2D	RISTOBAL/KLEBER	\$ 20,00	\$ 500,00
									\$ 10.788,00

## Conclusiones

En el desarrollo del presente proyecto, se han alcanzado los objetivos inicialmente planteados en cuanto a:

- fundamentadas teóricamente las estrategias competitivas que se pueden implementar para incrementar los niveles de venta de la empresa Ingeplas.
- Investigación científica y de campo basadas en el análisis Foda para conseguir el enfoque estratégico de la empresa Ingeplas.
- Con la elaboración del plan de estrategias competitivas se evaluó la productividad de la empresa Ingeplas, para determinar los cambios internos a implementar.
- Varios segmentos de mercado identificados, en los que la empresa puede invertir para aumentar la captación de clientes.
- El personal administrativo se integró a trabajar en equipo con los asesores técnicos para dar una estimación realista de los costes y beneficios que tendrá la empresa que subcontrate los servicios de transformación al concretar un determinado contrato.
- Se buscó fortalecer los valores institucionales y el compromiso de brindar a los empleados de Ingeplas un ambiente laboral que brinde mayor comodidad y satisfacción.
- Identificados los factores diferenciadores que se pueden destacar en la producción para ser más competitivo en la industria del mecanizado.

## Recomendaciones

Al concluir el presente proyecto de tesis, se considera tener en cuenta lo siguiente:

- Documentar los problemas futuros para llevar un modelo de evaluación de gestión integral sobre las estrategias competitivas de la empresa Ingeplas.
- Tomar decisiones de manera eficaz y oportuna en cuanto al manejo de recursos manteniendo una visión global de la empresa.
- Implementar el plan de estrategias competitivas propuesto para incrementar los niveles de venta de la empresa Ingeplas.
- Evaluar y conocer bien los recursos disponibles de la empresa Ingeplas, en cuanto a maquinaria y a materia prima para la elaboración de nuevos diseños.
- Aprovechar al máximo las características de las herramientas y maquinaria, por medio de capacitación a los asesores técnicos, para que sepan qué servicio ofrecer a sus clientes realizando una buena estimación de costes, fundamental a la hora de negociar el precio de los elementos y de esa manera poder lanzar una oferta que realmente sea rentable para la empresa.
- Mantener un clima laboral apropiado y satisfactorio tanto para el personal de producción como los asesores técnicos.
- Obtener mayor reconocimiento en el sector industrial por brindar servicios y productos que brinden un alto nivel de satisfacción y calidad a sus clientes.

## Bibliografía

- ABC, D. (2007). *Definición ABC. España*. Obtenido de Definición ABC. España: <https://www.definicionabc.com/general/niveles.php>
- Acevedo, A. (1986). *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*. México: Editorial Limusa.
- Arellano, D. I. (Mayo de 2015). Oportunidades para fortalecer la producción. *Metalmecánica*, 42.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición. En F. G. Arias, & F. G. Odón (Ed.), *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición*. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=W5n0BgAAQBAJ&pg=PA23&dq=Investigaci%C3%B3n+Exploratoria+arias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiGtZ\\_9nJTgAhUBi6wKHXucDJ8Q6AEIMjA C#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20Exploratoria%20arias&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=W5n0BgAAQBAJ&pg=PA23&dq=Investigaci%C3%B3n+Exploratoria+arias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiGtZ_9nJTgAhUBi6wKHXucDJ8Q6AEIMjA C#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20Exploratoria%20arias&f=false)
- Carmen Fuentelsaz Gallego, M. T. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA55&dq=Poblacion+y+Muestra&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiGv7bz2uvfAhWOq1kKHQWQCowQ6AEIK DAA#v=onepage&q=Poblacion%20y%20Muestra&f=false>
- Cazares Gonzalo & Ordeñana Veronica. (2016). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16470>
- CEPAL. (mayo de 2018). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-renueva-su-vocacion-servir-como-instrumento-pertinente-eficaz-desarrollo-la-region>

- Definición. (s.f.). *Definición*. Obtenido de Definición : <https://definicion.mx/investigacion-campo/>
- Definiciones., C. y. (2013). *Significados: descubrir lo que significa, conceptos y definiciones*. México . Obtenido de Significados: descubrir lo que significa, conceptos y definiciones. México: <https://www.significados.com/metodologia/>
- Economipedia. (2018). *Economipedia*. España. Obtenido de Economipedia. España: <http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Ecuador, Constitución de la Republica del. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la Republica del Ecuador: [https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Ecuador, H. E.-G. (2019). *HND Ecuador - Grupo Hinode Ecuador*. Obtenido de HND Ecuador - Grupo Hinode Ecuador: <http://www.matrizfoda.com/dafo/>
- Ecured. (2015). *Ecured: Enciclopedia Cuba*. Obtenido de Ecured: Enciclopedia Cuba: [https://www.ecured.cu/Mecanica\\_industrial](https://www.ecured.cu/Mecanica_industrial)
- Ekos. (agosto de 2018). *Negocios y Economía*. Ecuador. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10850>
- Elgueta, M. C. (2014). Procesos de venta. En M. C. Elgueta, *Procesos de venta* (pág. 324). España: Editex. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=myiRAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Elgueta,+Montserrat+Cabrerizo+procesos+de+venta&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiby6ali5TgAhVGTd8KHRTjDBUQ6AEIKDA#v=onepage&q=cumplimiento%20de%20las%20especificaciones&f=false>
- Enrique Díez de Castro, A. N. (2003). Dirección de la fuerza de ventas. En *Dirección de la fuerza de ventas*. Madrid: ESIC Editorial,. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=cB4icTcxJhEC&printsec=frontc>

over&dq=Enrique+D%C3%A9z+de+Castro,+Antonio+Navarro+Garc%C3%ADa,+Bego%C3%B1a+Peral+Peral&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjA7rT5zpTgAhUkh-AKHQ1rDIwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Enrique%20D%C3%A9z%20de%20

Española, R. A. (2005). *Real Academia Española*. Madrid: RAE. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=bXt7EYJ>

Espol. (2016). En ESPOL se analizó el futuro de Guayaquil como ciudad competitiva e innovadora. *Noticias Espol*.

Financiera, E. (13 de enero de 2014). *Enciclopedia Financiera*. Madrid. Obtenido de Enciclopedia Financiera. Madrid: <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-estrategia-competitiva.html>

George, C. S. (2005). *Historia del pensamiento administrativo*. México: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Jc8tBZb-ZJkC&printsec=frontcover&dq=Historia+del+pensamiento+administrativo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiH8Mn-g5LgAhVEn-AKHYPuCeUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=estrategia&f=false>

GINJAUME PUJADAS, A. T. (2005). *Ejecución de procesos de mecanizado, conformado y montaje*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=lgMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ejecuci%C3%B3n+de+procesos+de+mecanizado,+conformado+y+montaje&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjE4rPDhJTgAhURMawKHVwcDsEQ6wEIKTAA#v=onepage&q=Ejecuci%C3%B3n%20de%20procesos%20de%200mecaniza>

Herramientas, D. M. (Diciembre de 2015). *De Maquinas y Herramientas*. Buenos Aires. Obtenido de De Maquinas y Herramientas. Buenos Aires:

<http://www.demaquinasyherramientas.com/mecanizado/introduccion-a-la-tecnologia-cnc>

IICA, O. d. (2004). *Las oportunidades de negocios en el mercado: Identificación de oportunidades de negocios y estudio del mercado apropiado en la M.A.R. Venezuela* : IICA Biblioteca Venezuela. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=9uwqAAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=Las+oportunidades+de+negocios+en+el+mercado:+Identificaci%C3%B3n+de+oportunidades+de+negocios+y+estudio+del+mercado+apropiado+en+la+M.A.R.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiX-5WxmpTgAhVEja0>

Jimena Sanchez & Laura Jaramillo. (2008). *Pontificia Universidad Javeriana de Colombia*. Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9220/tesis301.pdf;jses>

Lopez, M. (2002). *América latina: Estrategias competitivas para la economía global*. Universidad de Comillas, España.

Luksic, L. B. (2013). Las Ventas industriales y sus peculiaridades. Obtenido de <https://blogs.upc.edu.pe/sinergia-e-innovacion/conceptos/las-ventas-industriales-y-sus-peculiaridades>

Maldonado, J. A. (2014). *La estrategia empresarial, formulación, planeación e implantación*. Obtenido de La estrategia empresarial, formulación, planeación e implantación: <https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>

Mark L. Berenson, D. M. (2006). *Estadística para administración*. México: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.co.ve/books?id=Aw2NKbDJozC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Mellado, J. A.-M. (2017). Educación y capacidades: hacia un nuevo enfoque del desarrollo humano. En J. A.-M. Mellado, *Educación y capacidades: hacia un nuevo enfoque del desarrollo humano*. (pág. 338). Valencia, España: Dykinson, 2017.

- Narváez, V. P. (2006). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: para médicos, odontólogos y estudiantes de ciencias de la salud*. Santiago de Chile: RIL Editores. Obtenido de Recuperado: <https://bit.ly/2SRNPFT>
- Navarrete, J. V. (2002). *Problemas metodológicos de las ciencias sociales en el Perú*. (2. UNMSM, Ed.) Perú. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=xUGdrk\\_Z6g4C&pg=PA121&dq=muestreo+por+conveniencia+mejia+navarrete&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiag5rFwZTgAhUEON8KHd9hAZIQ6AEILTAB#v=onepage&q=muestreo%20por%20conveniencia%20mejia%20navarrete&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=xUGdrk_Z6g4C&pg=PA121&dq=muestreo+por+conveniencia+mejia+navarrete&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiag5rFwZTgAhUEON8KHd9hAZIQ6AEILTAB#v=onepage&q=muestreo%20por%20conveniencia%20mejia%20navarrete&f=false)
- negocios, I. a. (2005). *conceptos basicos de Administración estratégica*. México. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/ADMestrategicaypolitica/01.pdf>
- Octanaje, V. d. (2018). *Ventas de alto Octanaje*. Madrid. Obtenido de Ventas de alto Octanaje. Madrid: <http://www.ventasdealtooctanaje.com/blog/conoces-los-tres-niveles-de-necesidades-en-la-venta-de-soluciones-y-proyectos-de-ingenieria/>
- Paredes, E. v. (1860). *Manual de mecánica industrial*. Paris.
- Peña Vines & Tigrero Sanchez, L. S. (2011). *COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL: UN ENFOQUE EMPRESARIAL*. Obtenido de *COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL: UN ENFOQUE EMPRESARIAL*: [http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_negocios\\_working\\_papers/2013-v2-n2/01-competitividad.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/01-competitividad.pdf)
- Plan Nacional de la Calidad Ecuador. (2018). *Plan Nacional de la Calidad Ecuador*. Obtenido de Plan Nacional de la Calidad Ecuador: <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Plan-Nacional-de-la-Calidad-2018-VF.pdf>
- Porras, R. (2004). *UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA*. Obtenido de *UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA*: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_1299\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1299_IN.pdf)

- Porter, M. E. (2015). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. En M. E. Porter, *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (págs. 10-408). Mexico.
- PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA EL FOMENTO PRODUCTIVO. (20 de Agosto de 2018). *PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA EL FOMENTO PRODUCTIVO, ECUADOR*. Obtenido de PROYECTO DE LEY ORGÁNICA PARA EL FOMENTO PRODUCTIVO, ECUADOR: <https://bit.ly/2CU5Mhh>
- Rojas, J. L. (2009). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. México*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- Salguero Salguero, M. M. (2010). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1464>
- Tamayo, M. T. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Mexico : Editorial Limusa.
- Tamayo, T. (1997). Poblacion y Muestra.
- Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (2. Pearson Educación, Ed.) México: Pearson Educación. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=h4X\\_eFai59oC&pg=PA113&dq=investigacion+correlacional+segun+autor&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiQ25WupJTgAhUkgK0KHaGPB9kQ6AEIKDAA#v=onepage&q=investigacion%20correlacional%20segun%20autor&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA113&dq=investigacion+correlacional+segun+autor&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiQ25WupJTgAhUkgK0KHaGPB9kQ6AEIKDAA#v=onepage&q=investigacion%20correlacional%20segun%20autor&f=false)
- Torres, M. A. (1999). *Dirección estratégica: un enfoque práctico : principios y aplicaciones de la gestión del rendimiento*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 1999. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=RH4rRrgJB7wC&printsec=frontcover&dq=Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica:+un+enfoco+pr%C>

3%A1ctico+:+principios+y+aplicaciones+de+la+gesti%C3%B3n+del+r  
endimiento&hl=es-  
419&sa=X&ved=0ahUKEwiP4dHymZTgAhVNHq0KHc3ZA1oQ6AEIKD  
AA#

UNAM. (2015). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de  
Universidad Nacional Autónoma de México:  
<http://capacinet.gob.mx/Cursos/Aprendamos%20Juntos/planeacionestrategica/temaIV.html>

Villacis Aníbal & Guallasamin Juan. (2012). *Universidad Central del Ecuador*.  
*Quito*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador . Quito:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1522>

## Anexos

### Anexo 1. Carta de Aceptación



Guayaquil, 21 de septiembre del 2018

### CERTIFICADO DE APROBACIÓN

Por medio del presente autorizamos que la Srta. MIREYA STEFANI REYES ALMEIDA, con C.I. No. 0926595158 estudiante del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA, a utilizar la información de la empresa Ingeplas, para el proyecto de tesis con el tema: "MEJORAS EN LAS ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS POR LOS NIVELES DE VENTAS DE LA EMPRESA INGEPLAS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL" para fines educativos previo a la culminación de sus estudios.

Se autoriza a MIREYA STEFANI REYES ALMEIDA a hacer uso del presente certificado de la forma que estime conveniente.

Atentamente,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'D. Bedoya', is written over a horizontal line.

Ing. Dagoberto Bedoya  
GERENTE GENERAL



## Anexo 2: Formato de Entrevista

### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
**TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Entrevista dirigida al Gerente General de la empresa Ingeplas

**Ciudad:**

**Fecha:**

**Lugar:**

**hora de inicio:**

**Nombre del entrevistado:**

**hora de finalización:**

**Cargo:**

**Nombre del entrevistador:** Mireya Reyes Almeida

**Objetivo:** Realizar un análisis de la empresa Ingeplas para determinar estrategias de gestión internas que se puedan implementar, para incrementar los niveles de venta.

**Preguntas:**

1. ¿considera usted que la empresa Ingeplas realiza la actividad económica para la que fue creada?
2. ¿Cuáles son las funciones principales que usted desempeña?
3. ¿Cuántos empleados laboran actualmente en Ingeplas?
4. ¿Considera usted que posee el apoyo y colaboración de todos los que trabajan en la empresa?
5. ¿Qué aspectos considera importante mejorar en el desempeño de sus colaboradores?
6. ¿Mensualmente cumplen con las metas de ventas establecidas en su presupuesto?
7. ¿considera que sus empleados se encuentran satisfechos en su ambiente laboral?
8. ¿En qué se diferencia su producto en el mercado de mecanizado Industrial?
9. ¿Considera que la empresa Ingeplas esta apta para abordar un nuevo mercado objetivo?
10. ¿considera usted que el servicio que ofrece son los apropiados para satisfacer a sus clientes?

### Anexo 3: Formato de Encuesta



#### Encuesta

**Propósito:** Analizar la respuestas del personal sobre la implementación de un plan de estrategias competitivas para incrementar los niveles de venta de la empresa Ingeplas.

**Beneficios:** El presente cuestionario es de carácter anónimo por lo que usted, está en la libertad de responder sin ningún inconveniente y sin ningún compromiso.

Se pide que responda de forma cordial, las siguientes preguntas que van a servir para el proyecto que se quiere ejecutar sobre implementar un plan de estrategias competitivas por los niveles de ventas de la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil.

Atentamente:

Consultora: Mireya Stefani Reyes Almeida

Estudiante de la carrera de Administración de Empresa

Instituto Tecnológico Bolivariano

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente todas las preguntas
- Cualquier duda preguntar al consultor
- Utilice bolígrafo de color azul
- Tiene usted 10 minutos para responder las preguntas
- Escoja una sola alternativa por pregunta
- Marque con una (x) en el casillero correspondiente la que sea más opcionadas
- No se aceptan tachones

## CUESTIONARIO

1. ¿Cree usted que los cambios tecnológicos influyen en su rendimiento laboral diario?

Influye	Influye poco	No influye	ocasionalmente

Porque\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. ¿cree usted que la escasa competitividad en el área de producción sea por la falta de herramientas necesarias?

Importante	Muy importante	No es importante	ocasionalmente

Porque\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. ¿En el taller Ingeplas se trabaja con el respectivo equipo de seguridad EPP (equipo de protección personal).?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Algo en desacuerdo

4. ¿Está de acuerdo a realizar trabajos en una nueva línea de producción y en horarios rotativos?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Algo en desacuerdo

Porque\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. ¿Cree usted que se puede implementar estrategias competitivas en su área de trabajo?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Algo en desacuerdo

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. ¿Considera que es importante que los asesores técnicos mantengan un alto grado de conocimiento de los productos para elevar las ventas?

Importante	Muy importante	No es importante	ocasionalmente

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. ¿Cree usted que los trabajos que se realizan en el taller de Ingeplas se entregan a tiempo?

De acuerdo	Desacuerdo	Neutral	ocasionalmente

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. ¿Está de acuerdo en que la ausencia de diferenciación en sus productos influye en los bajos niveles de venta?

De acuerdo	Desacuerdo	Neutral	ocasionalmente

Sugerencias \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. ¿Considera usted que es importante Identificar un nuevo mercado objetivo para incrementar la captación de clientes?

Importante	Muy importante	No es importante	ocasionalmente

Sugerencias \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

La encuesta ha concluido  
Su opinión es muy valiosa, gracias por su colaboración.

## Anexo 4: Matriz Foda



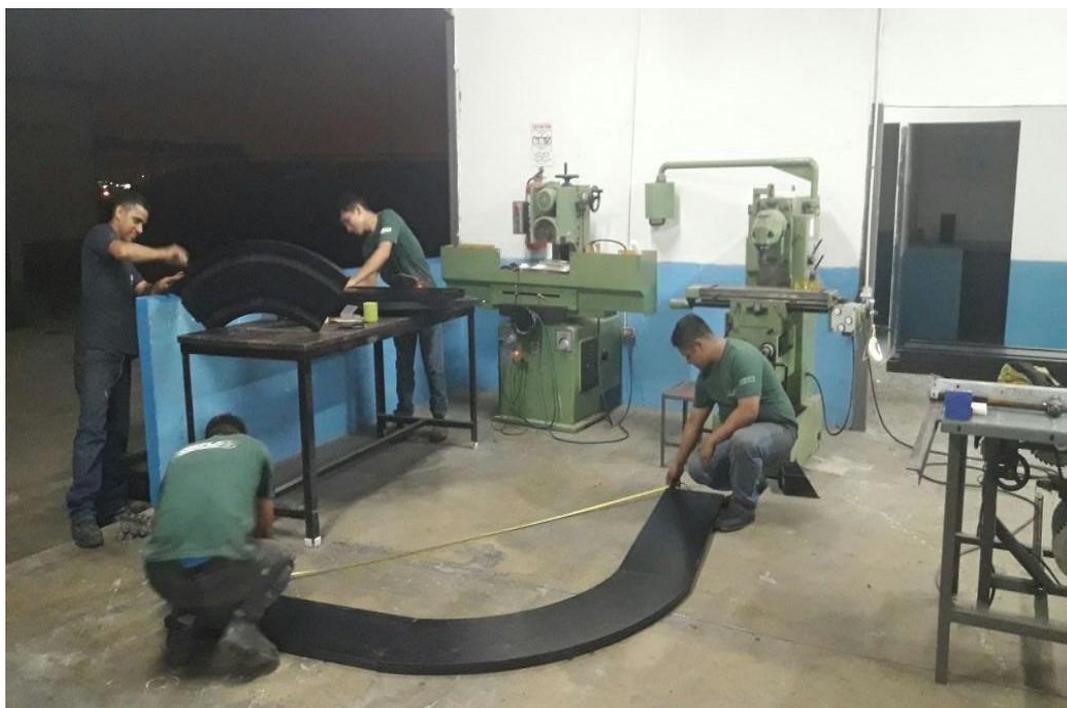
### FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Reconocimiento en el mercado por grandes empresas nacionales.</li><li>• Infraestructura propia con capacidad para su operación diaria.</li><li>• Materia prima de excelente calidad para las distintas aplicaciones en la industria.</li><li>• Tecnología de alta gama utilizada en el mecanizado CNC de software.</li><li>• Diseño de piezas especiales utilizando programas informáticos muy técnicos con tal de que la precisión sea milimétrica.</li><li>• Personal técnico especializado en el mecanizado industrial.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Altos costes de mantenimiento de las máquinas herramientas</li><li>• Retraso en entrega de trabajos.</li><li>• Estructura lineal e informal de la organización</li><li>• Escasa capacitación al personal.</li><li>• Limitada captación de clientes.</li><li>• no alcanzar las metas de ventas</li></ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo de diferentes líneas de producción</li><li>• Diferenciación en productos terminados</li><li>• Capacitaciones laborales externas por parte de la empresa</li><li>• Plan de Mantenimiento preventivo de la maquinaria</li><li>• Promociones de servicio por temporada</li><li>• Asesoramiento y servicio técnico post venta</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia consolidada en el mercado.</li><li>• Competidores con una estructura de costo menor.</li><li>• Alza de materiales y materia prima</li><li>• condiciones macroeconómicas como la inflación</li><li>• Normativas ambientalistas para la reducción de emisión de partículas en el aire y deposición de desechos.</li><li>• Bancos no otorguen préstamos.</li></ul>

**Anexo 5: Formato de cotizaciones de trabajos**

COTIZACION DE TRABAJOS A REALIZAR		COTIZACION N°		24		
		2018/OCTUBRE/25				
EMPRESA:	DANILO PIN		VALIDEZ			10 DIAS
ASESOR:						
DESCRIPCION A FABRICAR						
CANTIDAD	DETALLE	INSUMOS		MANO DE OBRA	TIEMPO/ENTREGA	
32 UND	ENGRANAJES SERIE 3000 ·Z10 INT CUADRADO 1,5	BARRA DE POLIETILENO DIAM. 170MM X 1,5 MTRS.		20,00 C/U		
8 UND	ENGRANAJES SERIA CC600 ·Z8 INT CUADRADO 1,5	BARRA DE POLIETILENO DIAM. 170MM X 50CM.		25,00 C/U		
48 UND	POLEAS DE RETORNO ·DIAM. 4" INT. 1" CON PESTAÑA.	BARRA DE POLIETILENO DIAM. 4" X 3,5 MTRS.		10,00 C/U	15 DIAS	
96 UND	POLEAS DE RETORNO ·DIAM. 2 1/2 INT. 1" CON PESTAÑA	BARRA DE POLIETILENO DIAM. 2 1/2 X 7 MTRS.		8,00 C/U		
15 MTRS	BARRA DE UHMW PERFORADA ·DIAM. 2 1/2 INT. 1"	BARRA UHMW DIAM. 2 1/2 X 15 MTRS (SE ENTREGARAN TRAMOS DE 50 CM)		25,00 C/U		

## Anexo 6: Fotos



Taller Ingeplas: diseñando una curva.



Diseño de piezas plásticas: Operario supervisando máquina CNC (Control numérico computarizado)



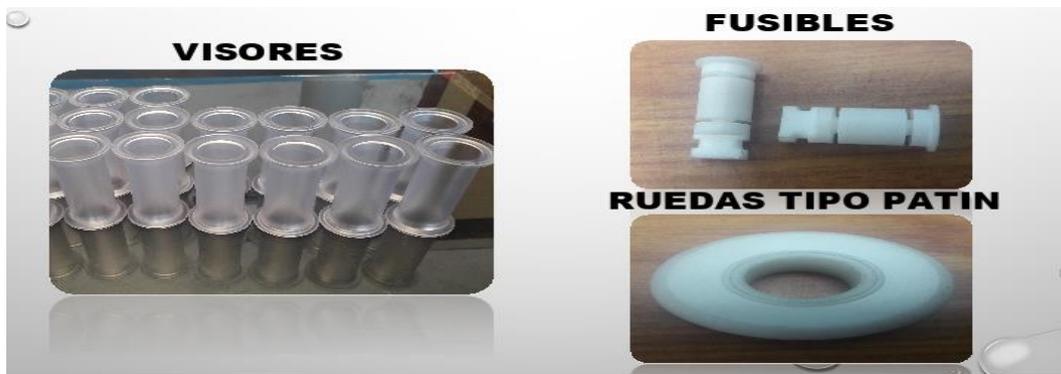
Máquina torno CNC



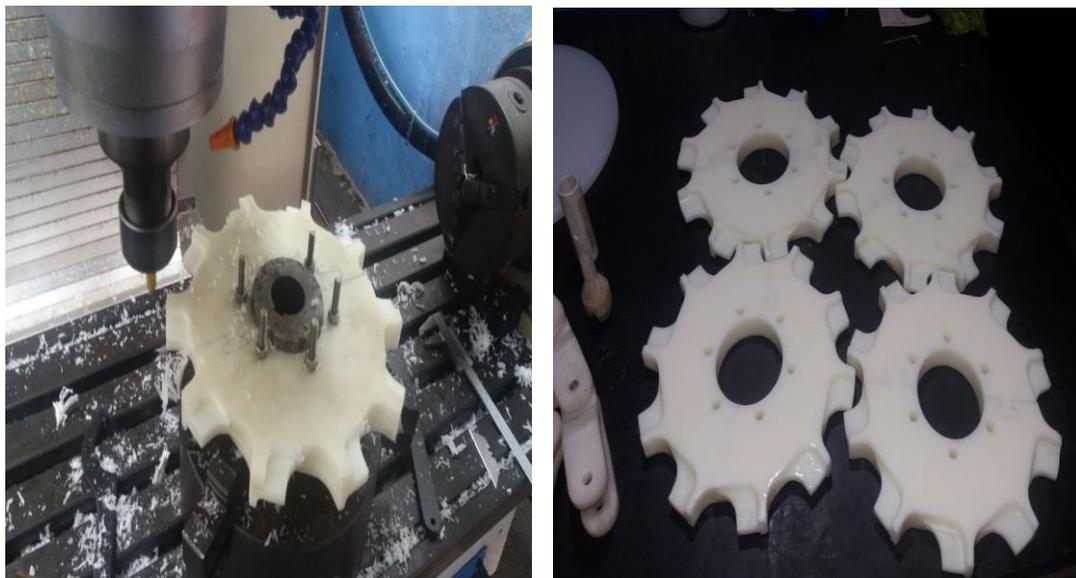
Máquina Fresadora CNC



Maquinado de engranajes especiales



Diseños realizados en máquinas CNC



Proceso de acabado



Proyecto 2018: sellos mecánicos en acero inoxidable

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estrategias competitivas por los niveles de ventas para la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil”** Y problema de investigación: **¿Cómo incide la ausencia de estrategias competitivas en el mercado industrial por los niveles de ventas en la empresa Ingeplast, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas en el ejercicio fiscal 2018?**

Presentado por Reyes Almeida Mireya Stefani como requisito previo para optar por el título de:

### TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Egresada:

**Reyes Almeida Mireya Stefani**

Tutor:

  
**Simón Alberto Illescas Prieto**



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Reyes Almeida Mireya Stefani** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación tema: **“Estrategias competitivas por los niveles de ventas para la empresa Ingeplas en el cantón Guayaquil”**, de la modalidad presencial realizada en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con el Art.114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Así mismo autorizo al Instituto Superior tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

**Mireya Stefani Reyes Almeida**

No.de cédula: 092659515-8

Firma



**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901021D00309**

mi, NOTARIO(A) KARLA LILIANA TRONCOZO HASING de la NOTARÍA VIGÉSIMA PRIMERA , comparece(n) MIREYA ANI REYES ALMEIDA portador(a) de CÉDULA 0926595158 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de INTERESADO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTENTICACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, en el lugar y fecha que se indica, a lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 27 DE FEBRERO DE 2019, (14:54).

  
STEFANI REYES ALMEIDA  
CÉDULA: 0926595158





NOTARIO(A) KARLA LILIANA TRONCOZO HASING  
NOTARÍA VIGÉSIMA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



# CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



**Número único de identificación:** 0926595158

**Nombres del ciudadano:** REYES ALMEIDA MIREYA STEFANI

**Condición del cedulao:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR  
(SAGRARIO)

**Fecha de nacimiento:** 24 DE JULIO DE 1988

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** SUPERIOR

**Profesión:** ESTUDIANTE

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** REYES GONZALEZ ELIAS GENARO

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Nombres de la madre:** ALMEIDA REINA FANNY MONSERRATE

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Fecha de expedición:** 11 DE FEBRERO DE 2016

**Condición de donante:** NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 27 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: KATHERINE IVETT PIN MAGALLANES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 21 - GUAYAS - GUAYAQUIL

Certificado: 197-202-28739



197-202-28739

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



# INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

**NUI:** 0926595158

**Nombre:** REYES ALMEIDA MIREYA STEFANI

---

## 1. Información referencial de discapacidad:

**Mensaje:** LA PERSONA NO REGISTRA DISCAPACIDAD

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de inconsistencias acudir a la fuente de información

---

Información certificada a la fecha: 27 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: KATHERINE IVETT PIN MAGALLANES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 21 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 192-202-28746



192-202-28746





**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACION Y CEDULACION

**CÉDULA DE CIUDADANIA**  
N.º 092659515-8

APPELLIDOS Y NOMBRES  
**REYES ALMEIDA MIREYA STEFANI**

LUGAR DE NACIMIENTO  
**GUAYAS**

**GUAYAQUIL**  
**SOLIVAR ISAGRARIO**

FECHA DE NACIMIENTO **1988-07-24**

NACIONALIDAD **ECUATORIANA**

SEXO **F**

ESTADO CIVIL **SOLTERO**

INSTRUCCIÓN **SUPERIOR** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE**

APPELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
**REYES GONZALEZ ELIAS GENARO**

APPELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
**ALMEIDA REINA FANNY MONSERRATE**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
**GUAYAQUIL**  
**2016-02-11**

FECHA DE EXPIRACIÓN  
**2026-02-11**

*[Signature]*  
DIRECTOR GENERAL

*[Signature]*  
FIRMA DEL CEDULADO

**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
4 DE FEBRERO 2016

**014**  
JUNTA N.º

**014 - 270**  
NÚMERO

**0926595158**  
CÉDULA

**REYES ALMEIDA MIREYA STEFANI**  
APPELLIDOS Y NOMBRES

**GUAYAS**  
PROVINCIA

**GUAYAQUIL**  
CANTÓN

**FEBRES CORDERO**  
PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:

ZONA: 2

**REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2016**

**CERTIFICADO DE CIUDADANÍA**

*[Signature]*

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información científica y transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el consejo directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.

*Luis Alberto...*

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCIT



*Luis Alberto...*

Firma