

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN EL CARMEN



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Planeación estratégica para mejorar las ventas en la empresa “ColombiaPlast”,
ubicada en el cantón El Carmen, para el período 2024.

AUTOR:

Riofrio Aldana Myriam Alicia

TUTOR:

Ing. Javier Patricio Cadena Silva, MBI.

El Carmen, 29 de enero del 2025

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Extensión El Carmen de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Riofrio Aldana Myriam Alicia, legalmente matriculado en la carrera de Contabilidad y Auditoría, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de, cuyo tema del proyecto es “Planeación estratégica para mejorar las ventas en la empresa “ColombiaPlast”, ubicada en el cantón El Carmen, para el período 2024”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

El Carmen, 20 de diciembre de 2024.

Lo certifico,



Firmado electrónicamente por:
**JAVIER PATRICIO
CADENA SILVA**

Ing. Javier Patricio Cadena Silva, MBI.
Docente Tutor
Área: Gestión Contable y Financiera



Uleam
Extensión El Carmen

UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

EXTENSIÓN EL CARMEN

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Titulación con modalidad Proyecto Integrador, titulado "Planeación estratégica para mejorar las ventas en la empresa ColombiaPlast, ubicada en el cantón El Carmen, para el período 2024.", cuya autora es Riofrio Aldana Myriam Alicia de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y como Tutor de Trabajo de Titulación el Ing. Javier Patricio Cadena Silva, Mg.

El Carmen, 29 de enero de 2025

Ing. Zambrano Vera Ana Maribel, Mg.
Presidente del tribunal de titulación

Ec. Cedeño Loo Tito Alexander, Mg.
Miembro del tribunal de titulación

Ing. Pinargote Pinargote Henry Marcelino, Mg.
Miembro del tribunal de titulación

Uleam



Uleam
Extensión El Carmen

DECLARACIÓN DE AUTORIA

La responsabilidad de este proyecto de Titulación: **“Planeación estratégica para mejorar las ventas en la empresa “ColombiaPlast”, ubicada en el cantón El Carmen, para el período 2024.”** corresponde exclusivamente a **Myriam Alicia Riofrio Aldana** con C.I 2350169831 y los derechos patrimoniales del mismo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

El Carmen – Manabí

Autora

Myriam Alicia Riofrio Aldana

C.I 2350169831

 **Uleam**

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, quien ha sido mi guía durante todo este proceso, por permitirme haber cumplido una meta más en mi vida. Darle las gracias a mi madre, por su amor y apoyo infinito junto a mi padrastro Julio Burbano que me acompaña desde el cielo por siempre incentivarme a que tenga una profesión, a David mi compañero de vida, quien con paciencia y amor me acompañó y dio sus palabras de aliento cuando quise renunciar a la carrera, a mi niña Sofía que es la razón por la que lucho día con día y a todos aquellos que siempre estuvieron conmigo en este largo camino y que hoy son parte de este logro.

Riofrio Aldana Myriam Alicia

Agradecimiento

A la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” Extensión El Carmen, por brindarme la oportunidad formarme como profesional por medio de sus docentes extraordinarios, permitiéndome al mismo tiempo desarrollar capacidades, competencias y optar por el título académico de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.

A mi tutor, el Ing. la Ing. Javier Patricio Cadena Silva, por haberme orientado durante todo mi proyecto de investigación, por la paciencia y por las recomendaciones que me ha brindado, gracias por sus consejos como profesional. Para él mis más sinceros agradecimientos.

Así mismo quiero dar un grato agradecimiento a cada uno de los profesores que me supieron impartir de sus conocimientos en el trayecto de toda mi carrera, puesto que con su vocación de servicio al trabajo como docentes fue muy profesional, dignos de ser merecedores de una gran admiración como profesionales, fueron espectaculares.

Riofrio Aldana Myriam Alicia

Índice

Portada	I
Certificación del Tutor	II
Aprobación del Trabajo de Titulación.....	III
Declaración de Autoría	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Índice.....	VII
Índice de Anexos.....	IX
Resumen.....	X
Introducción	XI
Capítulo I	1
1. Marco Teórico.....	1
1.1. Planeación estratégica	1
1.1.1. Importancia de la planeación estratégica	2
1.1.2. Estrategia.....	2
1.1.3. Proceso formal de la planeación estratégica	2
1.1.4. Misión.....	4
1.1.5. Visión	5
1.1.6. Valores.....	5
1.1.7. Estructura organizacional.....	6
1.1.8. Análisis FODA.....	6
1.2. Ventas	7
1.2.1. Proceso de venta	7
1.2.2. Estrategia de ventas.....	7
Capítulo II.....	9
2. Diagnostico o Estudio de Campo.....	9
2.1. Aplicación de la Entrevista	9
2.2. Aplicación de la Observación	10
Capítulo III.....	12
3. Diseño de la Propuesta.....	12

3.1. Introducción	12
3.2. Justificación.....	12
3.3. Objetivo.....	13
3.4. Alcance.....	13
3.5. Base Legal	13
3.6. Antecedentes de la Empresa.....	13
3.7. Desarrollo de la Propuesta.....	15
Conclusiones	34
Recomendaciones	35
Bibliografía	36
Anexos	38

Índice de Anexos

Anexo 1.- Entrevista aplicada al gerente	38
Anexo 2.- Observación al proceso de ventas.....	41
Anexo 3.- Fotos de aplicación de la entrevista.....	43
Anexo 4.-Fotos de la empresa	43
Anexo 5.-RUC de la Empresa	46
Anexo 6.-Fotos dentro de la empresa con la Gerente	47
Anexo 7.- Permisos del GADMEC	48

Resumen

La investigación tiene como objetivo desarrollar una planificación estratégica para incrementar las ventas de ColombiaPlast en 2024. Esta empresa, ubicada en el cantón El Carmen, Manabí, Ecuador, se dedica al reciclaje de fundas plásticas desechadas provenientes de la producción de plátano barraganete. ColombiaPlast recolecta estas fundas a través de acuerdos verbales con empacadoras y fincas locales, donde en algunos casos el acuerdo incluye el manejo de la basura a cambio del plástico, y en temporadas altas, se realiza la compra específica de las fundas. El enfoque metodológico incluye un análisis FODA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa, complementado con entrevistas a actores clave y un estudio del mercado del reciclaje en la región. Este análisis permitirá formular estrategias viables para optimizar los procesos de recolección, clasificación y venta. Entre los resultados esperados se encuentra la elaboración de un plan estratégico que refuerce las relaciones con proveedores, mejore la eficiencia operativa y diversifique los mercados de comercialización. Asimismo, se busca alinear los objetivos comerciales de la empresa con las tendencias de sostenibilidad ambiental para mejorar su posicionamiento en el sector del reciclaje. Se recomienda a ColombiaPlast formalizar acuerdos estratégicos con las empacadoras, optimizar los procesos de separación y empaquetado, e identificar oportunidades de financiamiento mediante incentivos gubernamentales relacionados con la economía circular. Estas acciones contribuirán a aumentar la rentabilidad de la empresa y consolidar su impacto positivo en la gestión sostenible de residuos.

Palabras clave: planificación estratégica; reciclaje; ventas.

Introducción

A nivel mundial, la planeación estratégica se ha consolidado como una herramienta clave para el crecimiento y sostenibilidad de las empresas, independientemente de su tamaño o sector. En un entorno global marcado por la alta competitividad y la constante evolución de los mercados, las organizaciones buscan implementar estrategias que optimicen sus operaciones y mejoren sus resultados. En este contexto, mejorar las ventas no solo representa un indicador de éxito económico, sino también una medida de la capacidad de adaptación a las necesidades de los consumidores y las tendencias globales.

En el ámbito nacional, el Ecuador enfrenta desafíos específicos en cuanto a la gestión empresarial, particularmente en el sector de pequeñas y medianas empresas (PYMES). Estos representan un importante motor económico, pero a menudo carecen de recursos o conocimientos para desarrollar una planificación estratégica efectiva. La mejora de las ventas en este contexto implica no solo incrementar los ingresos, sino también superar obstáculos como la falta de infraestructura, la informalidad y las fluctuaciones económicas que impactan en el mercado local.

En el nivel cantonal, el caso de ColombiaPlast, una empresa ubicada en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, refleja los desafíos y oportunidades de una gestión estratégica orientada a mejorar las ventas. La empresa, dedicada al reciclaje de fundas plásticas desechadas en el sector agrícola, opera de manera empírica, con acuerdos verbales y una cartera de clientes limitada. Este panorama subraya la necesidad de una planificación estratégica que le permita formalizar sus procesos, diversificar su mercado y fortalecer su posicionamiento en un entorno competitivo.

Este proyecto de investigación se justifica debido a las dificultades que presenta actualmente la empresa “ColombiaPlast” del cantón El Carmen en los procesos que se desarrollan

dentro de la misma al momento de realizar sus ventas. Debido, a que no posee lineamientos estructurados para enfrentar cualquier anomalía, actualmente proceden a realizarlo de manera empírica o a su vez acudir a consultorías externas lo cual provoca amenazas en las diferentes empresas que poseen este mismo problema por falta de conocimiento sobre la aplicación administrativa.

Por esta razón, la problemática que se presenta se debe a la deficiencia de los procesos que se desarrollan dentro de las mejoras en las ventas en la empresa “Colombia Plast”, de la ciudad El Carmen. De tal forma, el objeto de estudio se refiere a los procesos que se desarrollan en la mejora de las ventas para el debido desempeño de la empresa. Mientras, que el campo de acción de investigación se enfoca dentro del área administrativa de la empresa “ColombiaPlast”.

Por lo consiguiente, el objetivo que se pretende alcanzar es diseñar una Planeación Estratégica para Mejorar las Ventas en la empresa “ColombiaPlast”, de la ciudad El Carmen, para el periodo 2024. Para alcanzar, este objetivo se plantea las siguientes tareas científicas: Analizar desde el punto de vista histórico los hechos relacionados con la mejora en las ventas. Seguidamente, valorar los fundamentos teóricos de la investigación de la planificación estratégica y mejora de ventas. Luego, diagnosticar la situación actual referente el mejoramiento de las ventas que se realizan dentro del área administrativa. Y, por último, elaborar la propuesta mediante un diseño de una planificación estratégica para mejorar las ventas.

Además, las variables de estudio se relacionan a la planificación estratégica y a la mejora en las ventas. Por ello, los métodos que se utilizan son el inductivo ya que permite extraer de algo general a lo particular, mientras que el deductivo parte de algo inicial a algo general. Por esta razón, la población de estudio se enfoca en seis personas, entre ellas, gerente-dueña, tres operarios, un contador externo, y una secretaria, por eso, la muestra no probabilística es de una persona que se

relaciona directamente con la mejora en las ventas. Finalmente, las técnicas de recolección de información que se aplican son la entrevista, que sirve como un receptor de evidencia oral, y será aplicado a la gerente, mientras, que la observación sirve para verificar el cumplimiento de los procesos de la empresa al momento de mejorar sus ventas...

Dentro del Capítulo I, se pretende argumentar teóricamente con fuentes bibliográficas de las variables de estudio como lo es la planificación estratégica y las ventas. Mientras que en el Capítulo II, se desarrollan los resultados obtenidos después de la aplicación de los métodos y técnicas. Por último, dentro del Capítulo III, se encuentran el diseño de una propuesta direccionada a mejorar las problemáticas de la empresa por medio de una planificación estratégica para mejorar las ventas en la empresa “ColombiaPlast” ubicada en el cantón El Carmen, para el periodo 2024.

Capítulo I

1. Marco Teórico

1.1. Planeación estratégica

Según Gallardo Hernández (2012) manifiesta que la planeación estratégica conlleva desarrollar un procedimiento en la cual permite a una determinada empresa establecer sus metas y por ende estructurar acciones específicas para lograr un estado ideal. Este proceso involucra un esfuerzo sistemático y estructurado donde se establecen los objetivos fundamentales de la organización, desarrollando planes que faciliten la aplicación de estrategias enfocadas al cumplimiento de dichos objetivos. Es decir, representa una etapa clave de preparación para lograr el alcance de las metas propuestas.

Por otro lado, Wheelen & Hunger (2007) menciona que es un conjunto de decisiones y actividades que influyen durante el desempeño a largo largo en una organización. Este proceso comprende un análisis tanto del entorno interno como del externo, permite crear estrategias y posterior implementación, evaluación y control de las mismas. Es por ello, que se entra en la identificación y evaluación de aquellas oportunidades y amenazas que rodean el entorno de la empresa y a su vez considerar las fortalezas y debilidades que poseen de manera interna.

Cuando una empresa enfrenta dificultades, la atención suele centrarse en el área administrativa. Según Quiroa (2024), la planificación estratégica actúa como una herramienta clave para el desarrollo del control administrativo, es diseñada para mejorar la eficiencia de cada una de las actividades que desarrolla todo el personal de la organización, con el objetivo de lograr sus objetivos. Si bien es cierto, si el plan estratégico está bien estructurado los resultados a esperar serán positivos y que darán a notar progresivamente.

1.1.1. Importancia de la planeación estratégica

La administración estratégica facilita que una empresa acoja un enfoque proactivo en lugar de reactivo para moldear su futuro. Esto le permite a una empresa tomar la iniciativa y a su vez influir en las actividades, en lugar de limitarse a responder a ellas, lo que le otorga mayor control para lograr sus objetivos (Fred R., 2013).

Para Münch Galindo (2011) la planificación estratégica resulta fundamental para el correcto funcionamiento de cualquier organización, ya que mediante ella se anticipan aquellas contingencias y posibles cambios a futuro, lo cual permite establecer acciones para enfrentarlas sin mayor problema.

1.1.2. Estrategia

Una estrategia es un conjunto de acciones relacionadas que los ejecutivos implementan con el fin de mejorar el rendimiento de la empresa. En su mayoría, las organizaciones tienen establecido como reto empresarial obtener un rendimiento superior al de sus competidores (Hill et al., 2019).

De acuerdo con Wheelen & Hunger (2007) en cualquier organización el establecer estrategias puede definirse como un plan maestro integral donde se proporciona una guía detallada sobre cómo se alcanzará su misión y si logrará los objetivos planteados. Este plan actúa como una hoja de ruta en la cual se alinea los esfuerzos de la organización permitiendo dirigir sus recursos y capacidades de manera eficaz y eficiencia con el fin de cumplir sus propósitos.

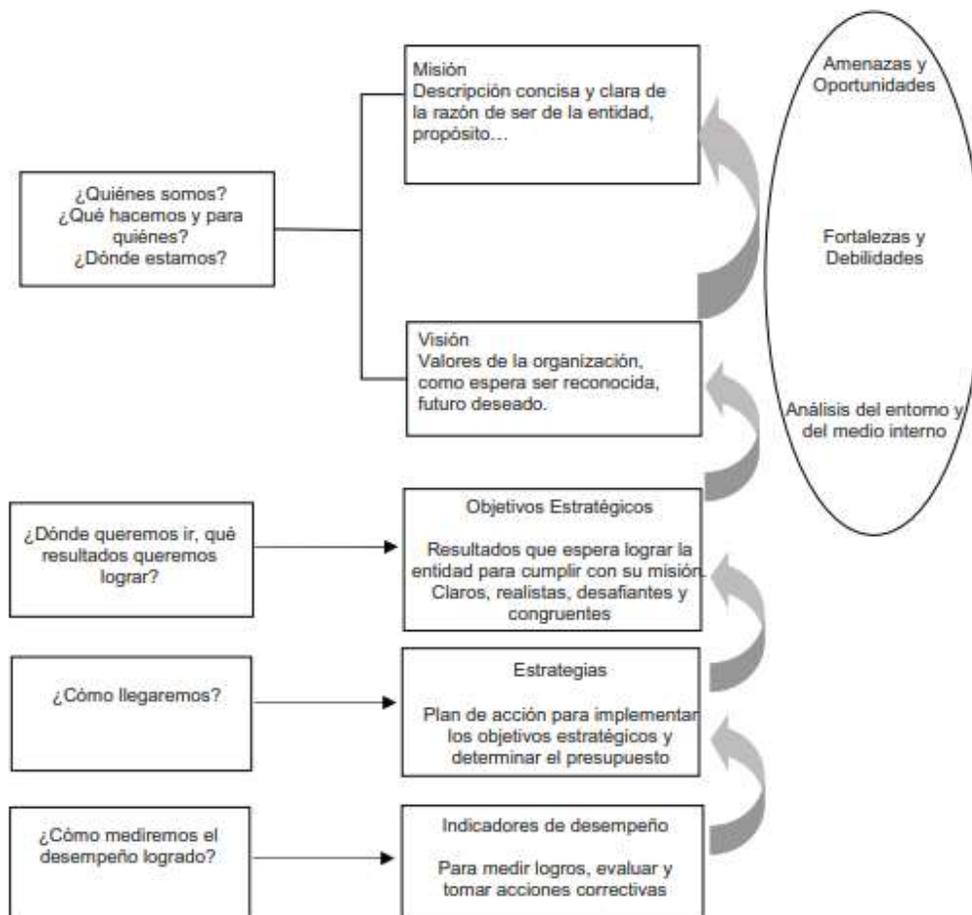
1.1.3. Proceso formal de la planeación estratégica

Hill et al. (2019) establecen que el proceso formal de la planeación estratégica se compone de cinco etapas clave:

1. Definir la misión corporativa y establecer los objetivos principales de la misma.

2. Examinar el entorno competitivo externo para identificar posibles oportunidades y amenazas hacia la organización
3. Evaluar el entorno operativo interno para detectar las fortalezas y debilidades dentro de la organización.
4. Elegir estrategias que mejoren las fortalezas y disminuyan las debilidades, con el propósito de aprovechar las oportunidades externas y a su vez enfrentar las amenazas. Deben alinearse conjuntamente con la misión y los objetivos principales, además deben ser coherentes y viables como modelo de negocio.
5. Poner en práctica las estrategias seleccionadas.

Por todo lado, Armijo (2011) mediante la figura 1 señala las fases del proceso de la planificación estratégica dentro de una organización desde la creación de la misión, visión, objetivos estratégicos, estrategias e indicadores de desempeño.

Figura 1*Fases del proceso de planificación estratégica*

Nota: Fuente: Armijos (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Repositorio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

1.1.4. Misión

Para Gallardo (2012), la misión representa el propósito fundamental de una empresa, en la cual define su razón de existir. En ella se describe a qué tipo de cliente se atiende, cuáles son las necesidades a satisfacer y que productos o servicios ofrece en el mercado. Además, delimita de manera general el alcance de sus actividades. Se podría decir que la misión cumple el rol de inspirar aquellos compromisos y orientar el comportamiento dentro de la organización.

Según Chiavenato (2017) constituye una declaración que expresa su propósito, considerando los productos que ofrece y los mercados a los que se dirige. La pregunta crucial a responder es: “¿Cuál es el negocio de la organización?”. Esta misión refleja el papel que desempeña dentro de la sociedad en la que desarrolla sus actividades y explica la razón de su existencia. Además, debe considerarse en función de satisfacer las necesidades del entorno externo, en lugar de centrarse solamente en lo que se ofrece.

1.1.5. Visión

Torres Hernández (2015) considera que la visión de una organización refleja el rumbo al que aspira llegar en el futuro; representa como la empresa se proyecta y se percibe a sí misma en unos años más adelante. En esencia, es una imagen en la cual se construye de manera consciente para simbolizar el futuro deseado y guiar las acciones hacia ese objetivo.

Por otro lado, Münch (2011) menciona que la visión es una declaración donde se define el objetivo futuro deseado, sirve como guía para orientar el rumbo de la organización y motivar a sus colaboradores a la realización de acciones específicas en el presente para lograr sus objetivos en el futuro.

1.1.6. Valores

Hill et al., (2019) manifiestan que los valores de una empresa establecen como deben comportarse los miembros de la organización desde la alta dirección hasta los diferentes empleados, definiendo su forma de operar, hacer negociaciones y construcción de la organización con el paso del tiempo. Al influir en la conducta interna, los valores son considerados la base de la cultura organizacional

1.1.7. Estructura organizacional

De acuerdo con Gallardo (2012) analizar la estructura organizacional permite comprender cómo se integran las distintas funciones al proceso productivo de la empresa. Lo esencial de este diseño es que la estructura sea práctica, evitando obstaculizar las actividades diarias, además de ser simple y adaptable para responder a los cambios dentro de la organización.

Según el Equipo Editorial Elearning, (2020), la estructura organizacional se define como “la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo condiciones particulares de tiempo y lugar” (p. 9).

1.1.8. Análisis FODA

Para Münch (2011) el análisis FODA, también denominado DOFA o FODA en inglés, permite identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden influir en la consecución de los planes. Las fortalezas corresponden a los aspectos positivos y ventajas internas de la empresa que favorecen el cumplimiento de sus objetivos, mientras que las oportunidades son factores externos que facilitan su alcance. Por otro lado, las debilidades representan limitaciones internas que dificultan el logro de metas, y las amenazas son elementos externos que impactan negativamente en los planes de la organización como en proyecciones estadísticas, económicas y financieras, busca transformar debilidades en fortalezas y amenazas en oportunidades

Por otro lado, Dussán & Serna (2017), mencionan que la matriz estratégica DOFA es una herramienta diseñada para evaluar la capacidad de una empresa para desenvolverse en su entorno. Además, facilitar la creación de estrategias que permitan aprovechar las fortalezas internas, capitalizar las oportunidades externas, minimizar las amenazas y fortalecer las debilidades. Su objetivo es contribuir a que la organización sea sostenible, sustentable y competitiva

1.2. Ventas

Según De la Parra (2005) una venta consiste en el intercambio de un bien o servicio a cambio de un valor previamente acordado en una unidad monetaria, con el objetivo de contribuir tanto al desarrollo y valorización de una organización o país, como a la satisfacción de las demandas y necesidades del consumidor.

Adicionalmente, Mateo(2005) lo interpreta como una transacción económica en la que un producto o servicio se transfiere a un nuevo propietario a cambio de una retribución monetaria acordada.

1.2.1. Proceso de venta

Para Torres (2015) toda venta se desarrolla como un proceso dinámico que cuenta con un inicio, un desarrollo y un final. Comprender este proceso proporciona al vendedor la claridad y confianza necesarias para saber en qué etapa se encuentra y hacia dónde se dirige, permitiéndole evaluar si ya ha alcanzado sus objetivos. De manera similar a cómo un mapa es indispensable para orientarse en una carretera o ciudad, entender el proceso de ventas actúa como una guía esencial para navegar eficazmente en cada etapa de la interacción comercial.

De acuerdo con Estupiñan Peñaherrera (2018) cada proceso de venta consiste en una serie de pasos o etapas esenciales que permiten transformar una oportunidad en una transacción exitosa. Este proceso abarca desde la creación o adquisición de un producto hasta concretar la venta. Es importante destacar que no todos los procesos de venta son iguales ni requieren el mismo número de fases.

1.2.2. Estrategia de ventas

Para Haneine (2014) es un componente clave de la estrategia global de la empresa, ya que en ella se establecen las acciones que impulsan su crecimiento, fortalecen su posicionamiento en

los distintos segmentos del mercado y permiten alcanzar la rentabilidad proyectada. “Es un pilar fundamental de la estrategia integral de la empresa, ya que en ella se define las acciones que contribuyan a su crecimiento, a su posicionamiento en cada uno de los segmentos del mercado y a alcanzar la rentabilidad esperada.”

Según Gluck (2018) se trata de un plan diseñado para posicionar la marca de una empresa o producto, con el objetivo de lograr una ventaja competitiva. Las estrategias efectivas que respaldan a la fuerza de ventas se enfocan en los clientes del mercado objetivo y establecen una comunicación que sea relevante y significativa para ellos.

Capítulo II

2. Diagnostico o Estudio de Campo

En este apartado se establecen los resultados encontrados después de la aplicación de las técnicas de entrevista y observación, que se realizó a la gerente de la empresa y a las operaciones internas como externas, verificando y comprobando aquellas debilidades y falencias que posee la empresa referente a como mejorar sus ventas, y con ello proponer una posible solución a los problemas.

2.1. Aplicación de la Entrevista

Por medio de la entrevista realizada a la gerente se logró conocer como llevan a cabo sus procesos dentro de la empresa y como optimizan los recursos. Así mismo, conocer los elementos principales de planificación estratégica actual, hacia donde está orientado, sus objetivos específicos para el 2024, estrategias implementadas, factores internos y externos que afectaron sus ventas, sus barreras para alcanzar objetivos, Como abordan para satisfacer y retener clientes.

Tabla 1

Resultados de la aplicación de la entrevista

Categoría	Resultados
<i>Elementos de la planificación estratégica</i>	La gerente destaca que la empresa no cuenta con una planificación estratégica, realiza sus actividades de manera empírica
<i>Impacto de las ventas por estrategias implementadas</i>	La gerente aclara que no posee estrategias, que se rige por la lógica natural según las oportunidades que se le presenten
<i>Afectación por factores internos y externos</i>	La gerente menciona que se ha visto golpeado el negocio debido al incremento del IVA y la crisis energética que vive el país, debido a que cuenta con clientes muy limitados.

<i>Barreras para alcanzar objetivos</i>	El gerente confirma que la situación económica del país, la crisis energética, adicionalmente la competencia local y pocos clientes hace que la brecha comercial sea muy escasa.
<i>Satisfacción y retención de clientes</i>	El gerente menciona que mantiene sus clientes debido a que entrega un plástico limpio, con poca humedad empacado y sin basura, a diferencia de la competencia que lo entrega al granel tal como salen de las empacadoras con otros tipos de residuos.

Nota. Interpretación de los resultados del instrumento aplicado al gerente de la empresa ColombiaPlast. Elaborado por la autora.

Análisis

En la empresa ColombiaPlast se pudo evidenciar mediante la aplicación de la entrevista a la gerente que sus actividades las desarrolla de manera empírica usando la lógica natural, debido que no tiene estructurado políticas y procedimientos dentro de la empresa, como tampoco no tiene definida una planeación estratégica base, es decir no posee ni un logo que los represente como empresa, ni establecida una misión o visión, ni objetivos empresariales. La empresa tiene solo como objetivo recoger o comprar para vender, lo cual no se proyecta a un futuro estableciendo metas. Además, debido a la escasez de clientes, cuando se presentan factores externos como lo es la crisis energética se ve altamente afectada debido a que no posee estrategias para enfrentar este tipo de problemas.

2.2. Aplicación de la Observación

Por medio de la observación a ColombiaPlast es posible para evaluar la eficiencia y sostenibilidad de sus operaciones. Al identificar debilidades y oportunidades en los procesos de recolección, clasificación y reciclaje de fundas plásticas, la empresa podrá optimizar sus recursos, mejorar su impacto ambiental y fortalecer sus relaciones con las empacadoras. Este enfoque permite implementar mejoras continuas y mantener la competitividad en el mercado de reciclaje.

Análisis

Por medio de la observación se pudo corroborar lo que mencionaba la gerente en la entrevista sobre sus actividades dentro de la empresa que es polifuncional, ya que es dueña, gerente y trabaja conjuntamente con sus empleados, ella se encarga de la recolección de las fundas a las distintas empacadoras y fincas del cantón, para su posterior clasificación en donde se puso constatar que en los bultos que llegan al establecimiento al granel es común encontrar desechos como cartón, botellas plásticas, sunchos y basura. Es por ello que se procede a separar cada uno de dichos desechos para su correspondiente tratado, como en el caso del cartón y botellas al tener un volumen adecuado se lleva a una recicladora de botellas y cartón, y en el caso de la basura se procede a llevarla al depósito del cantón. Por otro lado, la empresa no cuenta con documentación que sustente el proceso de sus actividades ni definida su planeación estratégica, solamente cuenta con el RUC en el SRI y papeleos administrativos, pues en el área de producción no existe ningún registro.

Capítulo III

3. Diseño de la Propuesta

Elaborar una planeación estratégica para mejorar las ventas en la empresa “ColombiaPlast”, ubicada en el cantón El Carmen, para el periodo 2024

3.1. Introducción

La planeación estratégica es un proceso esencial para establecer objetivos claros y diseñar estrategias que permitan alcanzar el éxito organizacional. En el contexto empresarial, se centra en el análisis de factores internos y externos para definir metas específicas y asignar recursos de manera eficiente. Su implementación adecuada permite a las empresas adaptarse al entorno cambiante y tomar decisiones informadas que garanticen su sostenibilidad y crecimiento. La mejora de las ventas es el resultado esperado de una planificación estratégica bien ejecutada. Este concepto abarca el incremento en el volumen de ventas, la diversificación de mercados, la fidelización de clientes y el fortalecimiento de la imagen empresarial. En el caso de ColombiaPlast, mejorar las ventas implica maximizar la comercialización de materiales reciclados mediante estrategias efectivas que responden tanto a la demanda del mercado como a las capacidades internas de la empresa.

3.2. Justificación

La planeación estratégica es fundamental para que ColombiaPlast enfrente los desafíos del mercado actual. Al ser una empresa pequeña, carecer de un plan estratégico la limita en cuanto a identificar oportunidades de crecimiento, optimizar recursos y adaptarse a los cambios externos. Establecer una planeación estratégica proporciona una guía estructurada que oriente todas las actividades hacia el cumplimiento de metas comerciales y sostenibles. El aumento en las ventas es indispensable para garantizar la estabilidad económica y el crecimiento de ColombiaPlast. Este aspecto depende directamente de una adecuada planificación estratégica, ya que la implementación

de acciones organizadas permite captar nuevos clientes, fortalecer las relaciones comerciales y diversificar los ingresos. Mejorar las ventas no solo implica aumentar los ingresos, sino también garantizar la permanencia de la empresa en un mercado competitivo.

3.3. Objetivo

Desarrollar una planeación estratégica que permita a ColombiaPlast optimizar sus recursos, diversificar su cartera de clientes y fortalecer su posicionamiento en el mercado con el propósito de incrementar sus ventas y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

3.4. Alcance

La propuesta se centrará al área de la gerencia y producción de la empresa “ColombiaPlast” ubicada en el cantón El Carmen, en la misma donde se ejecutan los procesos de venta.

3.5. Base Legal

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley de Compañías
- Código Orgánico del Ambiente
- Ley del Régimen Tributario Interno
- Ordenanzas Municipales del GADMEC
- Código de Trabajo

3.6. Antecedentes de la Empresa

ColombiaPlast es una empresa ecuatoriana ubicada en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, en el Km 40 vía Chone en el Barrio Los Almendros, inicio sus actividades el 19 de marzo del 2009 a manos de su fundador en ese entonces el Sr. Julio Burbano ciudadano colombiano y la Sra. Silvia Riofrio su socia y representante legal, con el objetivo de contribuir a la sostenibilidad ambiental mediante la recolección y reciclaje de fundas plásticas desechadas en la producción de

plátano. La empresa opera bajo un esquema de acuerdos verbales con empacadoras y fincas locales para recolectar desechos, incluyendo plásticos, cartones y botellas, que luego son clasificados y vendidos a empresas recicladoras. Actualmente, ColombiaPlast enfrenta desafíos como la falta de formalización en sus procesos, una base limitada de clientes y el impacto de factores externos como la crisis energética, lo que ha reducido sus ventas y operaciones. Sin embargo, su compromiso con el medio ambiente y su experiencia en el manejo de residuos reciclables la posicionan como una empresa con gran potencial para crecer y consolidarse en el mercado.

3.7. Desarrollo de la Propuesta

Planeación estratégica para mejorar las ventas



El Carmen-Manabí-Ecuador

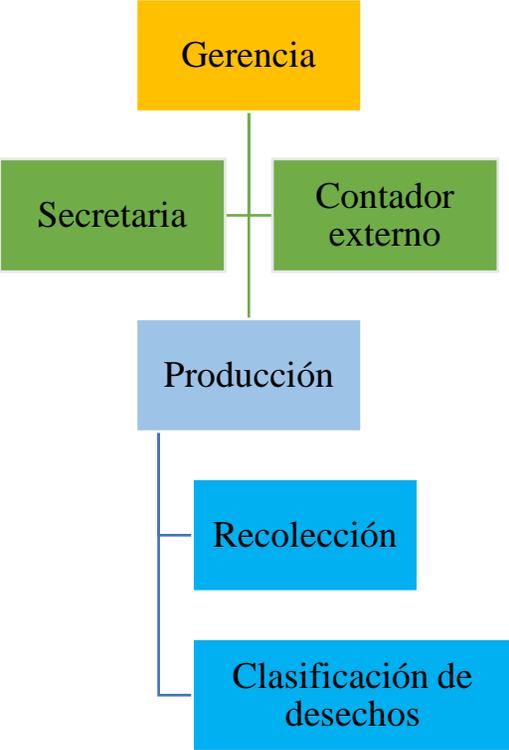
Autora: Myriam Riofrio Aldana

	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024
PAGINA: 1/1	
MISIÓN	
<p>Contribuir al cuidado del medio ambiente mediante la recolección y reciclaje responsable de fundas plásticas de plátano desechadas en el cantón El Carmen, minimizando el impacto ambiental y creando soluciones sostenibles que beneficien a la comunidad.</p>	
VISIÓN	
<p>ColombiaPlast, aspira ser reconocidos como una empresa líder a nivel regional y nacional en la gestión de residuos de fundas plásticas, siendo un referente en el reciclaje promoviendo un futuro más limpio y sostenible para las próximas generaciones.</p>	
RESPONSABLES	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> GERENTE	<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia	

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024
PAGINA: 1/1	
VALORES CORPORATIVOS	
<p>Los valores principales que representan la identidad de ColombiaPlast y definen sus principios éticos, morales y empresariales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sostenibilidad ➤ Responsabilidad ➤ Innovación ➤ Calidad ➤ Trabajo en equipo ➤ Puntualidad ➤ Diligencia ➤ Constancia ➤ Transparencia ➤ Pasión por el buen trabajo ➤ Respeto 	
RESPONSABLES	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> GERENTE	<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia	

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024
	PAGINA: 1/1
OBJETIVO EMPRESARIAL	
<p>Consolidar a ColombiaPlast como un referente en la industria del reciclaje, promoviendo la sostenibilidad ambiental y generando valor económico para sus clientes y a la comunidad.</p>	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formalizar acuerdos con proveedores mediante contratos escritos que aseguren un suministro constante de materia prima. ➤ Diversificar la cartera de clientes a través de campañas de promoción. ➤ Optimizar los procesos internos mediante la adopción de prácticas más eficientes y sostenibles. ➤ Aumentar la capacidad de producción mediante la optimización del espacio y los recursos disponibles. 	
RESPONSABLES	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> GERENTE	<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia	

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024
PAGINA: 1/1	
POLÍTICAS EMPRESARIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promover prácticas responsables de reciclaje y manejo de residuos, alineadas con la protección del medio ambiente. ➤ Fomentar la búsqueda constante de mejoras y procesos innovadores en el reciclaje. ➤ Actuar con integridad, transparencia y respeto en todas las relaciones laborales y comerciales. ➤ Garantizar un ambiente de trabajo seguro para todos los empleados, cumpliendo con normativas locales de seguridad. ➤ Fomentar un entorno de trabajo que valore la diversidad y respete las diferencias individuales. ➤ Formalizar todos los acuerdos con proveedores y clientes para garantizar claridad y cumplimiento mutuo. ➤ Utilizar de manera eficiente los recursos materiales, financieros y humanos de la empresa. ➤ Proteger la información interna de la empresa y la de sus clientes. ➤ Buscar y mantener colaboraciones con empresas y organizaciones que compartan valores similares. ➤ Establecer un esquema definido para el manejo, clasificación y disposición de los residuos plásticos. ➤ Cumplir con todas las normativas y regulaciones legales aplicables a las actividades de la empresa. 	
RESPONSABLES	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> GERENTE	<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia	

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024
PAGINA: 1/1	
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	
 <pre> graph TD Gerencia[Gerencia] --- Secretaria[Secretaria] Gerencia --- Contador[Contador externo] Gerencia --- Produccion[Producción] Produccion --- Recoleccion[Recolección] Produccion --- Clasificacion[Clasificación de desechos] </pre>	
RESPONSABLES	
<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> GERENTE	<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia	

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
DEPARTAMENTO DE GERENCIA		PAGINA: 1/1
POLÍTICAS DEPARTAMENTALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Garantizar la correcta ejecución de las actividades de producción, recolección y ventas mediante un seguimiento continuo. ➤ Diseñar estrategias comerciales para captar nuevos clientes y mantener relaciones sólidas con los actuales. ➤ Formalizar acuerdos con proveedores y clientes para evitar ambigüedades. ➤ Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la empresa. ➤ Ordenar y gestionar los pagos a los proveedores y empleados. 		
DESCRIPCIÓN DEPARTAMENTAL		
<p>Esta área será responsable de tomar las decisiones estratégicas, promocionar la empresa para encontrar nuevos clientes y gestionar las ventas, coordinar las actividades de la empresa verificando que tenga su documentación en regla y supervisar los procesos tanto operativos como los administrativos asegurando que las actividades de la empresa sea lo más eficiente posible.</p>		
RESPONSABLES		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; height: 100px;"> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>GERENTE</p> </div> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>SUPERVISOR</p> </div> </div>		
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia		

	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN		PAGINA: 1/1
POLÍTICAS DEPARTAMENTALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar la planificación y supervisión del trabajo entre los operarios ➤ Optimizar las rutas y tiempos de recolección para maximizar la cantidad de materiales recuperados. ➤ Implementar procesos estándar para garantizar la correcta separación y almacenamiento de los materiales reciclados. ➤ Proveer equipos de protección personal (EPP) a los empleados para minimizar riesgos durante la clasificación. ➤ Brindar formación periódica a los operarios sobre técnicas de clasificación y manejo de residuos. ➤ Minimizar el impacto ambiental de las actividades de recolección y clasificación. ➤ Gestionar los recursos, materiales y utilización del vehículo. ➤ Buscar estrategias para aumentar la eficiencia y eficacia de la producción. 		
DESCRIPCIÓN DEPARTAMENTAL		
<p>El departamento de producción abarca las actividades de recolección y clasificación de materiales reciclables. La recolección es realizada directamente por la propietaria, quien recoge los materiales en empacadoras y fincas utilizando su vehículo. En el establecimiento, los operarios clasifican los desechos en fundas plásticas, cartón, botellas y basura.</p>		
RESPONSABLES		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; height: 100px;"> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>GERENTE</p> </div> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>SUPERVISOR</p> </div> </div>		
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia		

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
ÁREA DE SECRETARÍA		PAGINA: 1/1
POLÍTICAS DEPARTAMENTALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Emitir facturas en un plazo máximo de 24 horas tras la solicitud. ➤ Proteger la información tributaria y comercial contenida en las facturas. ➤ Emitir facturas electrónicas conforme a las normativas tributarias. ➤ Mantener al día el software de facturación y la firma digital. ➤ Organizar y almacenar correctamente las facturas emitidas y recibidas. ➤ Realizar copias de seguridad de la información de facturación. ➤ Actuar con integridad en la emisión y gestión de facturas. ➤ Coordinar con los proveedores del software en caso de fallos técnicos. 		
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA		
<p>El área de secretaría se encarga exclusivamente de la emisión de facturas electrónicas, registro de compras, archivo de las facturas físicas de compras y cualquier otro tipo de documentación.</p>		
RESPONSABLES		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; height: 100px;"> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>GERENTE</p> </div> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>SUPERVISOR</p> </div> </div>		
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia		

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
ANÁLISIS PEST		PAGINA: 1/1
ENTORNO POLÍTICO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulaciones ambientales estrictas que promueven el reciclaje. ➤ Requisitos para permisos legales y licencias ambientales. ➤ Cambios en las políticas tributarias que afectan a contribuyentes RIMPE. ➤ Sanciones por incumplimiento de normativas ambientales. ➤ Implementación de Nuevos Impuestos ➤ Ordenanzas Municipales 		
ENTORNO ECONÓMICO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impuestos Sobre el Producto Final ➤ Tasas y Aranceles municipales ➤ Crisis energética que afecta la producción y el transporte. ➤ Incremento en los costos operativos debido a la inflación. ➤ Escasa diversificación de clientes, limitando las ventas. ➤ Dificultad para acceder a financiamiento para pequeñas empresas. ➤ Afectación de las jornadas laborales debido a limitaciones económicas. 		
ENTORNO SOCIAL		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de educación ambiental en comunidades clave para el suministro. ➤ Estigmatización del trabajo relacionado con residuos reciclados. ➤ Baja participación comunitaria en actividades de reciclaje. ➤ Imagen Corporativa ➤ Satisfacción del cliente 		
ENTORNO TECNOLÓGICO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnología limitada en el procesamiento y clasificación de desechos reciclables. ➤ Falta de sistemas automatizados para la separación de materiales reciclados. ➤ Carencia de capacitación tecnológica para el personal operativo. ➤ Oportunidades de digitalización de procesos administrativos. ➤ Facturación Electrónica 		
RESPONSABLES		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; height: 80px;"> <div style="border-top: 1px solid black; width: 30%;"></div> <div style="border-top: 1px solid black; width: 30%;"></div> </div>		
GERENTE		SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia		

 <p>ColombiaPlast</p>	<h2 style="color: green;">PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024</h2>	
D.A.F.O.		PAGINA: 1/2
DEBILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ausencia de formalización escrita en acuerdos con proveedores. ➤ Dependencia de pocos clientes, limitando las ventas. ➤ Falta de un esquema definido para la clasificación y almacenamiento de desechos. ➤ Carencia de un manual de políticas y procedimientos internos. ➤ Recursos humanos insuficientes para ampliar operaciones. ➤ Nula promoción y marketing para captar nuevos clientes. ➤ Dependencia del gerente para múltiples funciones clave. ➤ Vulnerabilidad ante cambios económicos y energéticos. ➤ Competencia en el mercado de reciclaje ➤ Falta de empoderamiento del mercado local 		
AMENAZAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inestabilidad económica nacional que afecta la demanda de productos reciclados. ➤ Dependencia de acuerdos verbales que generan incertidumbre operativa. ➤ Baja valoración del material reciclado en mercados locales. ➤ Poca cultura de reciclaje en algunas comunidades locales. ➤ Desafíos para acceder a financiamiento para expansión y modernización. 		
FORTALEZAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Relación directa con proveedores locales de desechos sin intermediarios. ➤ Experiencia en la clasificación de residuos reciclables. ➤ Flexibilidad operativa al ser una empresa pequeña. ➤ Cumplimiento de requisitos legales básicos (RUC, permisos municipales y ambientales). ➤ Presencia de clientes empresariales en la ciudad de Manta. ➤ Bajos costos iniciales de adquisición de materia prima reciclada. ➤ Gestión dual de la gerente como operaria y administradora. ➤ Proximidad a la fuente de recolección de materiales reciclables (fincas y empacadoras). ➤ Empresa familiar y sustentable ➤ Identidad empresarial orientada a la economía circular. 		

 ColombiaPlast	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
D.A.F.O.		PAGINA: 2/2
OPORTUNIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alianzas estratégicas con grandes empresas que requieren materiales reciclados. ➤ Sensibilización social hacia el reciclaje y la sostenibilidad. ➤ Expansión hacia nuevos mercados locales y regionales. ➤ Potencial para obtener certificaciones ambientales que incrementen la confianza del cliente. ➤ Posibilidad de participar en programas municipales de gestión de residuos. ➤ Creación de redes de colaboración con otras PYMES del sector reciclador. ➤ Expansión a otras provincias ➤ Aperturas de sucursales 		
RESPONSABLES		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; height: 100px;"> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>GERENTE</p> </div> <div style="text-align: center; width: 45%;"> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>SUPERVISOR</p> </div> </div>		
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia		

	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
PROCEDIMIENTOS		PAGINA: 1/1
VENTA DE MERCADERÍA		
<p>Objetivo: Garantizar la venta de los bultos de fundas plásticas recicladas sin contaminantes, asegurando que el proceso sea eficiente y cumpla con los requisitos legales.</p>		
DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTO
Recepción de Bultos al granel	Gerente/Operadores	Recibo de Material
Se realiza una inspección para verificar si los bultos vienen limpios o con otros desechos.	Gerente/Operadores	Listado de verificación.
Se pesa cada bulto de fundas plásticas para calcular el monto a facturar.	Gerente/Operadores	Registro de Pesaje
Se emite la factura electrónica según el peso y precio acordado.	Secretaría	Factura Electrónica
Se clasifica los bultos que viene con otros desechos, separando cartón, botellas plásticas y basura.	Gerente/Operadores	Informe de Clasificación
Se coordina la entrega del material al cliente y se realiza el proceso de transporte.	Gerente	Documento de Entrega
Se contrata los servicios de un transportista para el flete de la mercadería.	Gerente	Factura Recibida
Se registran las ventas en el sistema.	Secretaria/Contadora Externa	Factura Electrónica
RESPONSABLES		
<hr style="width: 30%; margin: auto;"/> GERENTE		<hr style="width: 30%; margin: auto;"/> SUPERVISOR
Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia		

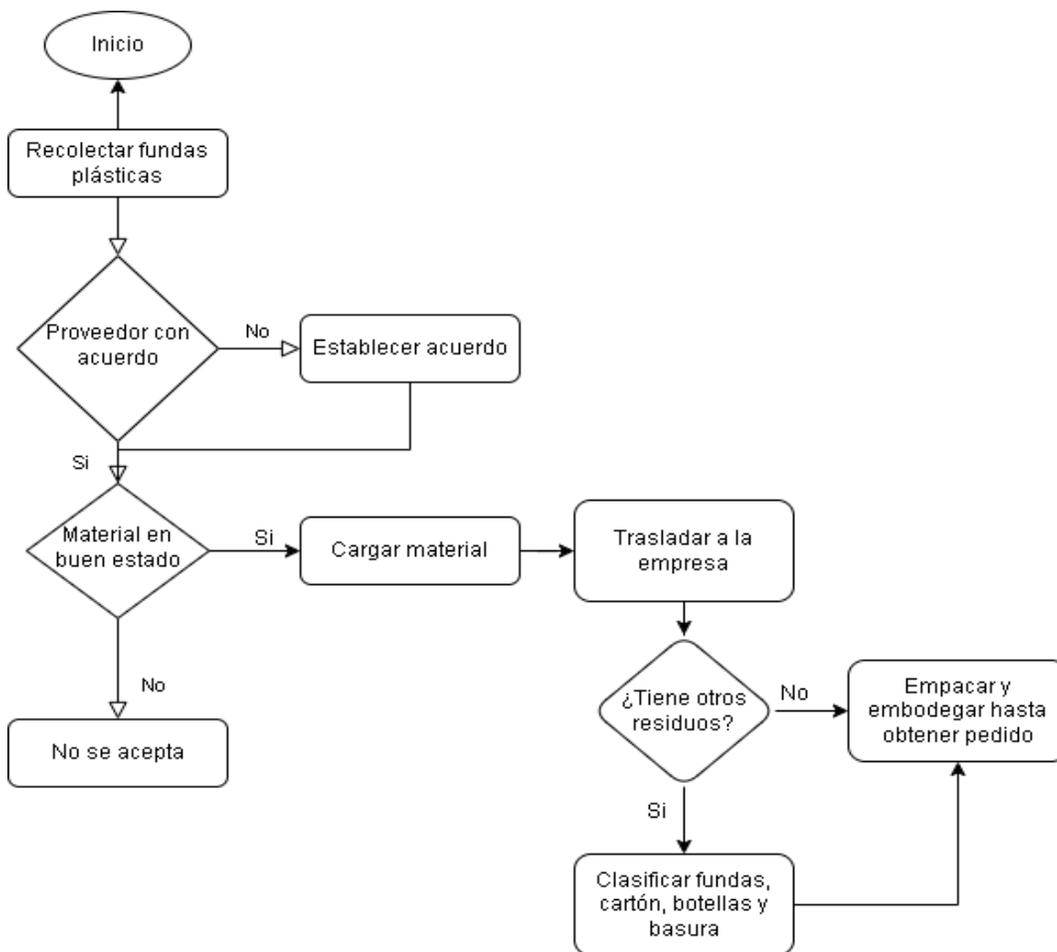
 ColombiaPla	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024	
PROCEDIMIENTOS		PAGINA: 1/1
RECOLECCIÓN DE FUNDAS A LAS EMPACADORAS Y FINCAS		
Objetivo: Asegurar que la recolección de las fundas plásticas en las empacadoras y fincas se realice de manera eficiente y segura.		
DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTO
El gerente establece las rutas y horarios para la recolección de las fundas en empacadoras y fincas.	Gerente	Plan de Recolección
Se coordina con las empacadoras y fincas para confirmar la cantidad de residuos a recoger.	Gerente	Acuerdo de Recolección
El gerente o un operario recoge las fundas plásticas y otros materiales reciclables utilizando el vehículo de la empresa.	Gerente/Operadores	Hoja de Ruta
Al llegar a las empacadoras o fincas, se recibe el material, y se verifica que las fundas que encuentren en buenas condiciones.	Gerente/Operadores	Recibo de Material
Se realiza la carga del material reciclable en el vehículo de transporte.	Gerente/Operadores	Recibo de Material
Se transporta el material recogido al establecimiento de la empresa para su clasificación.	Gerente/Operadores	Hoja de Ruta
Al llegar al establecimiento, se verifica que las fundas plásticas estén	Operarios	Informe de Clasificación



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024

FLUJOGRAMAS DE RECOLECCIÓN DE FUNDAS

PAGINA: 1/1

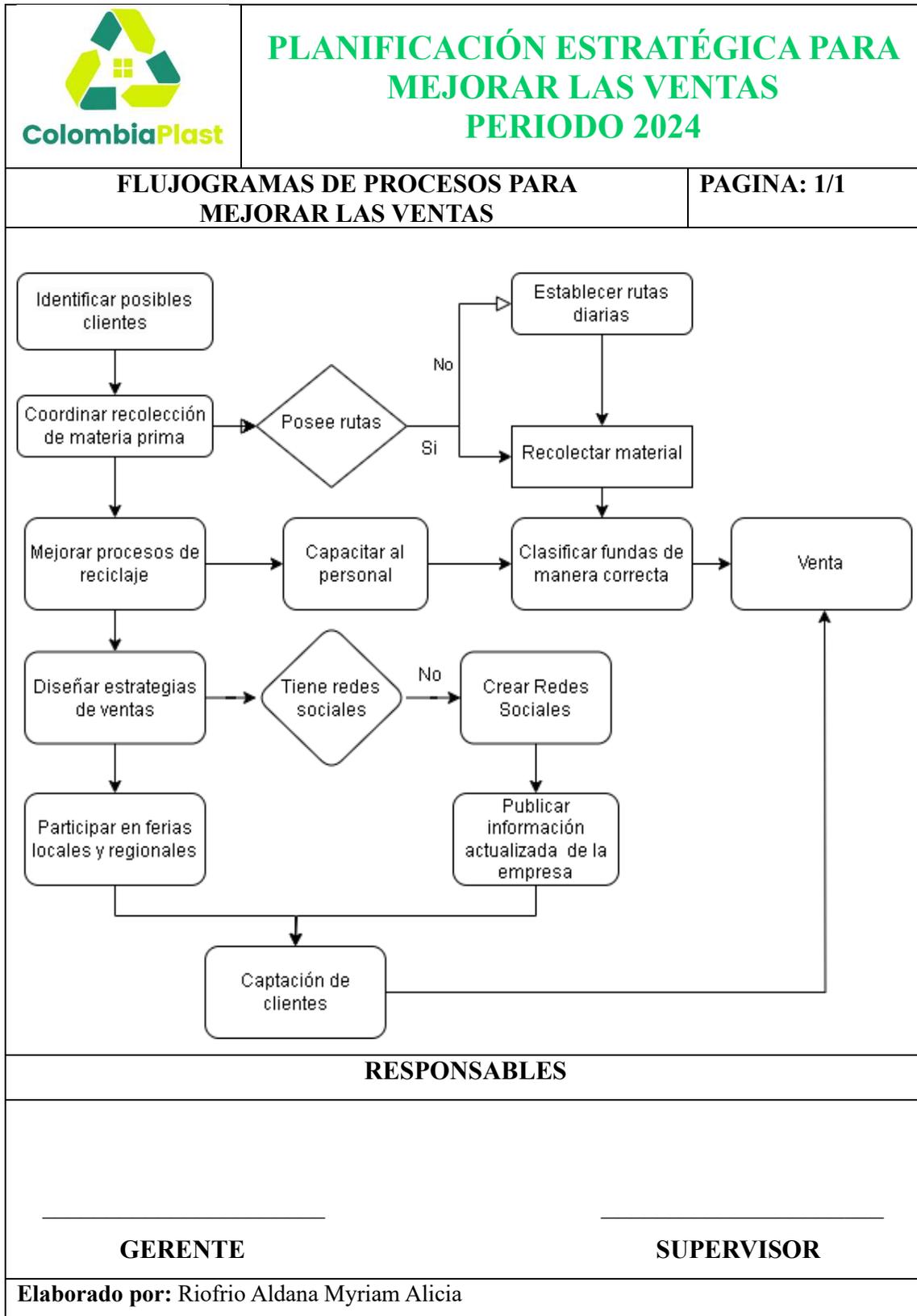


RESPONSABLES

GERENTE

SUPERVISOR

Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia



	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LAS VENTAS PERIODO 2024
FORMATO DE ACUERDO PARA RECOLECCIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS DE PLÁTANO	PAGINA: 1/1
ACUERDO DE COLABORACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS	
El Carmen, _____	
Entre:	
ColombiaPlast. Con domicilio en el km 40 vía Chone Barrio Los Almendros, representada por Silvia Riofrio, en adelante denominada "ColombiaPlast".	
[Nombre de la Empacadora] Con domicilio en _____, representada por _____, en adelante "_____".	
OBJETO DEL ACUERDO: El presente acuerdo tiene como objetivo establecer las bases de colaboración entre ColombiaPlast y " <u>La Empacadora</u> " para la recolección, transporte y reciclaje de fundas plásticas generadas en las actividades de empaquetado de plátano. Ambas partes se comprometen a promover la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.	
CLÁUSULAS:	
1. Obligaciones de las Partes	
1.1. Obligaciones de ColombiaPlast:	
<ul style="list-style-type: none"> • Proveer el servicio de recolección de fundas plásticas según el cronograma acordado. • Transportar las fundas plásticas al centro de reciclaje de manera eficiente y segura. • Emitir un informe mensual a <u>La Empacadora</u> sobre la cantidad de material recolectado. 	
1.2. Obligaciones de <u>La Empacadora</u>:	
<ul style="list-style-type: none"> • Clasificar y almacenar las fundas plásticas en un área designada que sea accesible para el equipo de recolección de ColombiaPlast. • Garantizar que las fundas entregadas estén libres de residuos no reciclables y de ser el caso en menor cantidad, preferible separado en otras bolsas plásticas. 	

- Informar a ColombiaPlast sobre cualquier cambio en el volumen estimado de desechos plásticos.

2. Cronograma de Recolección:

- La recolección se realizará los días _____ entre las _____ am y _____ pm, coordinar con un día de anticipación la hora determinada.
- En caso de días festivos, ambas partes coordinarán una fecha alternativa para la recolección.

3. Compensaciones:

- ColombiaPlast pagará a **La Empacadora** en temporada alta una tarifa de \$___ por bulto de fundas plásticas recolectadas, sin recolección de basura. Si es temporada baja se opta por recoger el plástico en las condiciones que esté junto con otros desechos sin valor a pagar.
- La Empacadora podrá recibir un bono adicional de \$___ si entrega un volumen superior a 150 bultos al mes.

4. Duración del Acuerdo:

- Este acuerdo tendrá una vigencia de _____ días o meses, a partir de la fecha de firma. Podrá renovarse automáticamente por periodos iguales salvo notificación escrita de alguna de las partes con al menos 30 días de antelación.
- Si **La Empacadora** desea anular este acuerdo en temporada baja, deberá notificar con 15 días de anticipación.

Firmas:

ColombiaPlast

La Empacadora

RESPONSABLES

GERENTE

SUPERVISOR

Elaborado por: Riofrio Aldana Myriam Alicia

Conclusiones

La empresa ColombiaPlast ha operado desde sus inicios con un enfoque empírico, sin una planificación estratégica formal. Históricamente, su modelo de negocio ha dependido de acuerdos verbales y relaciones informales con emparadoras y fincas locales. Este enfoque le permitió mantenerse operativa, pero limitó su capacidad de crecimiento y adaptación a los cambios del mercado, como el incremento del IVA y la crisis energética reciente.

La investigación evidenció que la ausencia de una planificación estratégica ha impedido a ColombiaPlast maximizar sus recursos y establecer objetivos claros. La teoría demuestra que una adecuada planeación estratégica permite identificar oportunidades, minimizar amenazas y alinear los recursos internos para lograr metas comerciales sostenibles. Implementar estas herramientas teóricas es crucial para enfrentar la competencia y diversificar su cartera de clientes.

Mediante entrevistas y observaciones, se identificaron las principales debilidades administrativas de la empresa, como la falta de documentación formal, objetivos definidos y políticas internas claras. Además, la gerente desempeña múltiples funciones clave, lo que limita la eficiencia operativa. La empresa también carece de estrategias de marketing, registros de ventas detallados y estándares en los procesos de recolección y clasificación, lo que afecta directamente su capacidad de mejorar las ventas.

La propuesta desarrollada incluye la creación de una misión, visión, valores y objetivos específicos para guiar las actividades de ColombiaPlast. También se diseñaron políticas y procedimientos para formalizar acuerdos con proveedores, diversificar mercados y optimizar procesos internos. Estas acciones permitirán a la empresa aumentar sus ingresos, mejorar su posicionamiento en el mercado y consolidar su impacto ambiental positivo.

Recomendaciones

Formalizar acuerdos con empacadoras y fincas a través de contratos escritos, asegurando un suministro constante de materia prima. Establecer registros históricos de ventas y operaciones para identificar tendencias y tomar decisiones informadas. Además, implementar medidas para mitigar el impacto de factores externos, como la crisis energética, mediante estrategias de ahorro y optimización de recursos.

Establecer una planificación estratégica formal que incluya misión, visión y valores para dar dirección a las actividades de la empresa. Capacitar al personal en herramientas de planificación estratégica y técnicas de mejora continua, además diseñar un plan de marketing basado en los fundamentos de posicionamiento y segmentación de mercado, destacando la sostenibilidad como valor diferenciador.

Implementar estándares en los procesos de recolección, clasificación y almacenamiento de fundas plásticas, reduciendo costos y tiempos. Además, delegar funciones administrativas y operativas para evitar sobrecarga de trabajo en la gerente.

Ejecutar las políticas y procedimientos diseñados en la propuesta, asegurando su cumplimiento mediante supervisión continua. realizar campañas de marketing digital y presencial para atraer nuevos clientes y expandir la cartera actual, así mismo buscar financiamiento externo para modernizar equipos y expandir la infraestructura de la empresa y lograr promover alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para potenciar el alcance y sostenibilidad de las operaciones.

Bibliografía

- Armijo, M. (Junio de 2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Repositorio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/dfa8d5f1-7315-4f10-9824-8fa5b005cc1b/content>
- Carrera Endara, C. F., Villamarín Andrade, A. P., Villavicencio Armijos, N. E., & Estupiñan Espinosa, D. L. (2018). *Planificación estratégica y Benchmarking*. Guayaquil: Ediciones Grupo Compás.
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones* (Tercera ed.). México: McGraw-Hill.
- De la Parra Paz, E. (2005). *Estrategias de Ventas y Negocios*. México.
- Dussán Pulecio, C., & Serna Gómez, H. (2017). *Planeación estratégica para Mipymes*. <https://doi.org/https://doi.org/10.16925/greylit.2085>
- Equipo Editorial Elearning. (2020). *Estructura y diseño organizativo*. España: Elearning S.L.
- Estupiñan Peñaherrera, M. M. (2018). Planificación estratégica para mejorar las ventas de la empresa CODALVID, ubicada en el cantón Quevedo. Quevedo, Ecuador.
- Fred R., D. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (Décimocuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Gallardo Hernández, J. R. (2012). *Administración Estratégica. De la visión a la ejecución* (Primera ed.). México: Alfaomega Grupo Editor.
- Gluck, S. (15 de Enero de 2018). *Qué es la estrategia de ventas*. La Voz de Houston: <https://pyme.lavoztx.com/qu-es-la-estrategia-de-ventas-4390.html>

- Goodstein, L. D., Nolan, T. M., & Pfeiffer, J. W. (1998). *Planeación estratégica aplicada*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Haneine, R. (24 de Junio de 2014). *Manual para crear tu estrategia de venta*. Expansión: <https://expansion.mx/especiales/2014/06/17/aprende-a-hacer-tu-estrategia-de-ventas>
- Hill, C., Schilling, M., & Jones, G. (2019). *Administración estratégica: teoría y casos. Un enfoque integral*. (Décima segunda ed.). México: Cengage Learning Editores.
- Mateo, Á. (2005). *Manual de Ventas y Negociación*. España: LibrosEnRed.
- Münch Galindo, L. (2011). *Planeación estratégica. El rumbo hacia el éxito* (Segunda ed.). México: Editorial Trillas.
- Quiroa, M. (8 de Marzo de 2024). *Planificación estratégica: Qué es y sus fases*. Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/planificacion-estrategica.html>
- Torres Hernández, Z. (2015). *Administración estratégica*. México: Grupo Editorial Patria.
- Torres, I. (2015). *Guía para la Venta Directa* (Segunda ed.). Vigo: IT Campus Academy.
- Wheelen, T., & Hunger, J. D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. (Décima ed.). México: Pearson Educación.

Anexos

Anexo 1.- Entrevista aplicada al gerente

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN		
EMPRESA:	<i>ColombiaPlast</i>	
ÁREA:	<i>Gerencia</i>	
ELABORADO POR:	<i>Myriam Riofrio</i>	
ENTREVISTA		
Objetivo: Recopilar información detallada y precisa sobre los procesos actuales de planificación estratégica y ventas en ColombiaPlast.		
<i>La información proporcionada en la entrevista tiene el fin netamente académico. De los resultados obtenidos servirá para elaborar una propuesta de solución como parte del trabajo de titulación que se desarrolla en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión El Carmen.</i>		
N°	PREGUNTA	
1	¿Cuáles son los principales elementos de la planificación estratégica actual de ColombiaPlast?	
2	¿En qué medida la planificación estratégica está orientada hacia el crecimiento de las ventas?	
3	¿Qué objetivos específicos se han planteado para incrementar las ventas durante el período 2024?	
4	¿Existen estrategias nuevas o innovadoras que se han implementado para mejorar el proceso de ventas en comparación con años anteriores?	
5	¿Cómo se han visto impactadas las ventas de ColombiaPlast por las estrategias implementadas durante el último año?	

6	¿Qué factores internos y externos considera que han afectado la capacidad de la empresa para mejorar las ventas?
7	¿Cuáles son las principales barreras que enfrenta el equipo de ventas para alcanzar los objetivos de ventas definidos?
8	¿Qué estrategias de marketing se han incluido en la planificación para captar nuevos clientes y cómo cree que influirán en las ventas?
9	¿Cómo se ha preparado al equipo de ventas para alcanzar los objetivos establecidos en la planificación estratégica?
10	¿Considera que los recursos asignados a las estrategias de ventas son suficientes para lograr los objetivos del próximo año?
11	¿Qué métodos utiliza ColombiaPlast para evaluar la efectividad de sus estrategias de ventas?
12	¿Qué papel desempeña el análisis de la competencia en la planificación estratégica para mejorar las ventas?
13	¿De qué manera la planificación estratégica actual aborda la satisfacción y retención de clientes para mejorar las ventas?

14	¿Qué herramientas de análisis utilizan para determinar si la planificación estratégica está cumpliendo con las expectativas de ventas?
15	¿Cuáles son los principales cambios que se deberían implementar en la planificación estratégica para mejorar aún más las ventas en el próximo año?
TODA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SERÁ CONFIDENCIAL SOLO PARA EL USO DEL PROYECTO DE TITULACIÓN DEL ENTREVISTADOR	

Anexo 2.- Observación al proceso de ventas

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ		
EXTENSIÓN EL CARMEN		
EMPRESA:	<i>ColombiaPlast</i>	
ÁREA:	<i>Gerencia</i>	
ELABORADO POR:	<i>Myriam Riofrio</i>	
OBSERVACIÓN		
<p>Objetivo: Obtener información detallada y directa sobre como la planeación estrategica influye para mejorar las ventas en la empresa “ColombiaPlast”, mediante la observación de los procesos que llevan actualmente la empresa, lo cual permitirá identificar áreas de mejora.</p>		
<p><i>La información proporcionada en la entrevista tiene el fin netamente académico. De los resultados obtenidos servirá para elaborar una propuesta de solución como parte del trabajo de titulación que se desarrolla en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión El Carmen.</i></p>		
Nº	PREGUNTA	
1	¿Se observa en las instalaciones el logotipo de la empresa, su misión, visión, valores y objetivos empresariales o documentación que lo demuestre?	
2	¿La empresa tiene determinada la ubicación de cada área, documentado sus políticas y procedimientos?	
3	¿El vehículo es totalmente de la empresa o también de uso personal?	
4	¿La empresa tiene establecidos sus objetivos y estrategias para darse a conocer a las grandes empresas?	

5	¿Se clasifica los desechos diariamente según su tipo, y en el caso de basura cada cuanto tipo se la traslada al basurero del cantón?
6	¿La empresa tiene establecidos ruta diarias y horarios de recolección?
7	¿La empresa posee contenedores para clasificar los desechos distintos a las fundas plásticas?
8	¿La gerente toma en consideración las ventajas y desventajas de acuerdos verbales, de los proveedores y negociaciones con clientes intermediarios?
8	¿La gerente toma en consideración las ventajas y desventajas de acuerdos verbales, de los proveedores y negociaciones con clientes intermediarios?
9	¿Existen registros del volumen de fundas recolectadas semanalmente?
10	¿Hay algún retraso frecuente en el transporte de las fundas hacia el centro de reciclaje?
TODA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SERÁ CONFIDENCIAL SOLO PARA EL USO DEL PROYECTO DE TITULACIÓN DEL ENTREVISTADOR	

Anexo 3.- Fotos de aplicación de la entrevista**Anexo 4.-Fotos de la empresa**





Anexo 5.-RUC de la Empresa

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes
Apellidos y nombres RIOFRIO ALDANA SILVIA JANETH		Número RUC 1716286644001
Estado ACTIVO	Régimen RIMPE - EMPRENDEDOR	Artesano No registra
Fecha de registro 19/03/2009	Fecha de actualización 14/10/2021	
Inicio de actividades 19/03/2009	Reinicio de actividades 14/10/2021	Cese de actividades 27/09/2019
Jurisdicción ZONA 4 / MANABI / EL CARMEN		Obligado a llevar contabilidad NO
Tipo PERSONAS NATURALES	Agente de retención NO	Contribuyente especial NO
Domicilio tributario		
Ubicación geográfica		
Provincia: MANABI Cantón: EL CARMEN Parroquia: EL CARMEN		
Dirección		
Barrio: LOS ALMENDROS Calle: AV. CHONE Número: S/N Kilómetro: 38 Referencia: A DOSCIENTOS METROS DE SONORADIO		
Medios de contacto		
Email: janethaldana1979@gmail.com Celular: 0993883025		
Actividades económicas		
<ul style="list-style-type: none"> • G46693001 - VENTA AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS Y DESECHOS, CHATARRA METÁLICA Y DE MATERIALES PARA EL RECICLADO, INCLUIDO LA RECOLECCIÓN, CLASIFICACIÓN, SEPARACIÓN Y EL DESGUACE DE PRODUCTOS USADOS, COMO: AUTOMÓVILES, ORDENADORES, APARATOS DE TELEVISIÓN Y OTROS TIPOS DE EQUIPO, PARA OBTENER PARTES Y PIEZAS REUTILIZABLES. EL EMBALAJE Y REEMBALAJE, ALMACENAMIENTO Y ENTREGA, AUNQUE SIN UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN REAL. ADEMÁS, LOS MATERIALES COMPRADOS Y VENDIDOS TIENEN UN VALOR REMANENTE. • N77301501 - ALQUILER CON FINES OPERATIVOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA CONSTRUCCIÓN E INGENIERÍA CIVIL SIN OPERADORES: CAMIONES GRÚA, ANDAMIOS Y PLATAFORMAS DE TRABAJO, SIN MONTAJE NI DESMANTELAMIENTO, A CORTO PLAZO. 		
Establecimientos		
Abiertos	Cerrados	
1	0	
Obligaciones tributarias		
<ul style="list-style-type: none"> • 2021 - DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA • 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES 		
<p>i Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.</p>		
		1/2
www.sri.gob.ec		

Apellidos y nombres
RIOFRIO ALDANA SILVIA JANETH

Número RUC
1716286644001

Números del RUC anteriores

No registra



Código de verificación:

RCR173523616222771

Fecha y hora de emisión:

26 de diciembre de 2024 13:36

Dirección IP:

210.211.57.100

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. FIAC-DGERCGC15-0000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

Anexo 6.-Fotos dentro de la empresa con la Gerente



Anexo 7.- Permisos del GADMEC

G.A.D. MUNICIPAL DE EL CARMEN
DIRECCIÓN FINANCIERA

20240725 10:36
TÍTULO DE CRÉDITO No. **1735748**

CLAVE CATASTRAL	AÑO	PERÍODO	CÉDULA O R.U.C.
CONTRIBUYENTE: PROFRO ALDANA SILVIA JANETH			
DIRECCIÓN:			TELÉFONO:
CÓDIGO: TIA	CONCEPTO:		NÚMERO DE PAGO: 2024-61791
OBSERVACIONES: TASA POR SOLICITUD DE INFORMES (AMBIENT)			
Acto: Factibilidad Ambiental / Guía de Buenas Prácticas Ambientales / Certificación			
Valor	6,90 TASA SERVICIOS	2,30	
Timbre Para Solicitud	2,30		
LUGAR Y FECHA DE PAGO: EL CARMEN, 25 julio 2024			VALOR A PAGAR: 11,50

Usario: Impresor MMENDIETA Retire su Certificado en Tesorería DIRECCIÓN FINANCIERA

MENDIETA VELEZ MARIA LOURDES RECAUDADOR

G.A.D. MUNICIPAL DE EL CARMEN
DIRECCIÓN FINANCIERA

20240725 10:36
TÍTULO DE CRÉDITO No. **1735746**

CLAVE CATASTRAL	AÑO	PERÍODO	CÉDULA O R.U.C.
CONTRIBUYENTE: PROFRO ALDANA SILVIA JANETH			
DIRECCIÓN:			TELÉFONO:
CÓDIGO: TPB	CONCEPTO:		NÚMERO DE PAGO: 2024-61791
OBSERVACIONES: TASA POR PERMISO DE FUNCIONAMIENTO ROMPRO			
Proporcional	100,00 Patrimonio	500,00	
Acto: Cuerpo de Bomberos	6,00		
LUGAR Y FECHA DE PAGO: EL CARMEN, 25 julio 2024			

Usario: Impresor MMENDIETA Retire su Certificado en Tesorería DIRECCIÓN FINANCIERA

MENDIETA VELEZ MARIA LOURDES RECAUDADOR

