PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA CONSPECCIME CÍA. LTDA. DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE INGENIERÍA EN EL SECTOR PETROLERO

JACKELYN ANDREA RODRÍGUEZ FLORES

DIRECTOR: MBA. JUAN CARLOS LATORRE

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ESTRUCTURAS DE MERCADOS, DE PRODUCTOS, DE FIJACIÓN DE PRECIOS, DE DISTRIBUCIÓN, DE COMUNICACIÓN E IMAGEN, DE POSICIONAMIENTO DE MARCAS

QUITO, DICIEMBRE 2020

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

MBA. Juan Carlos Latorre

LECTORES:

Mgtr. Ismael Mogrovejo

Mgtr. Darwin Ramírez

AGRADECIMIENTO

Primero quiero dar gracias a Dios por bendecir mi vida y por permitirme culminar esta etapa de mis estudios, sin él no hubiese sido posible.

A mis padres y a mis abuelitos quiero darles gracias por apoyarme día a día, por ser ese soporte que siempre necesite en esta etapa de mi vida, por criarme, por educarme e inculcarme valores que han hecho de mí una mujer de bien, gracias por estar cuando los he necesitado y ayudado a salir adelante ante las adversidades. Gracias también a mis hermanos quienes fueron un pilar importante para culminar esta etapa de mi vida.

A mi director de tesis MBA. Juan Carlos Latorre quien ha tenido infinita paciencia durante el desarrollo de mi trabajo de titulación, gracias por guiarme y brindarme todos sus conocimientos.

A mis amigos, compañeros y maestros de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador con quienes compartí conocimientos, experiencias, alegrías y tristezas durante la carrera y a todas las personas que estuvieron siempre ahí apoyándome para que este sueño se haga realidad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN **10**
1. LA EMPRESA Y EL SECTOR **12**
1.1. La empresa 12
1.1.1. Historia. *12*
1.1.2. Misión. *13*
1.1.3. Visión. *13*
1.1.4. Objetivos. *13*
1.1.5. Organigrama. *14*
1.1.6. Mapa de Proceso. *17*
1.1.7. Cadena de Valor. *21*
1.2. El sector 22
1.2.1. Análisis PESTEL *22*
1.2.2. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter. *37*
1.2.3. Análisis FODA. *44*
2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO **49**
2.1. Definición del problema 49
2.2. Objetivo de la Investigación 49
2.3. Diseño de la Metodología de Investigación 49
2.3.1. Tipo de Investigación. *49*
2.3.2. Técnicas de Recolección de Información. *50*
2.3.2.1. Entrevistas. *50*
2.4. Levantamiento de Información 51
2.5. Procesamiento y Análisis de Datos 52
2.6. Caracterización de la oferta 73
2.7. Caracterización de la demanda 82
3. ESTRATEGIAS DE MARKETING **88**
3.1. Estrategia de Segmentación 88
3.2. Posicionamiento 90
3.3. Estrategia de Diferenciación 91

3.4. Marketing Mix 92
3.4.1. Producto/Servicio. *92*
3.4.2. Precio. *102*
3.4.3. Plaza. *102*
3.4.4. Promoción. *109*
4. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS 117
4.1. Presupuesto 117
4.2. Cronograma 118
4.3. Análisis Costo-Beneficio 119
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 130
5.1. Conclusiones 130
5.2. Recomendaciones 131
ANEXOS 133
Anexo A 133
Anexo B 136
Anexo C 137
Anexo D 138
Anexo E 139
Anexo F 140
Anexo G 141
Anexo H 142
Anexo I 145
Anexo J 149
Bibliografía: 150

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Rivalidad entre competidores actuales 38
Tabla 2. Poder negociador de los compradores 41
Tabla 3. Poder negociador con los proveedores 42
Tabla 4. Amenaza de productos o servicios sustitutos 43
Tabla 5. Amenaza de nuevos competidores.....44
Tabla 6. Análisis FODA 45
Tabla 7. Interrelación del FODA 47
Tabla 8. Empresas de Extracción y Explotación 73
Tabla 9. Empresas de Servicios petroleros 76
Tabla 10. Competencia de la empresa 78
Tabla 11. Precio promedio por proyecto 2018-2019 86
Tabla 12. Bloques en los que opera la empresa.....103
Tabla 13. Bloques en los que podría operar la empresa 103
Tabla 14. Presupuesto para la propuesta año 2020.....117
Tabla 15. Presupuesto para la propuesta año 2021 y 2022.....118
Tabla 16. Cronograma de Implementación del Plan de *Marketing* 118
Tabla 17. Ingresos detallados de los años 2016 al 2019. 120
Tabla 18. Ponderación de Ingresos 2019.....120
Tabla 19. Gastos detallados de los años 2016 al 2019.....121
Tabla 20. Ponderación de Egresos 2019.....122
Tabla 21. Proyecciones de proyectos, ventas y precio promedio por proyecto para los años 2020 al 2022 sin la implementación 123
Tabla 22. Porcentaje de crecimiento de las ventas del 12% para los años 2020 al 2022 sin la implementación. 124
Tabla 23. Proyección de resultados sin la implantación de la propuesta.....125
Tabla 24. Porcentaje de los egresos en relación con los egresos sin la aplicación de la propuesta.....125
Tabla 25. Proyecciones de proyectos, ventas y precio promedio por proyecto para los años 2020 al 2022 con la implementación. 126

Tabla 26. Porcentaje de crecimiento de las ventas del 12% para los años 2020 al 2022 con la implantación.....127
Tabla 27. Incremento porcentual de los proyectos con la aplicación de la propuesta.....127
Tabla 28. Proyección de resultados con la implementación de la propuesta.....128
Tabla 29. Porcentaje de los egresos en relación con los egresos con la aplicación de la propuesta.....128
Tabla 30. Análisis Costo-Beneficio.....129

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la Empresa 16
Figura 2. Mapa de procesos 17
Figura 3. Cadena de Valor de la Empresa 21
Figura 4. Perspectivas de crecimiento en el Ecuador 25
Figura 5. PIB per cápita real 25
Figura 6. Inversión pública e inversión privada 26
Figura 7. Indicadores mercado laboral 27
Figura 8. Inflación interanual 27
Figura 9. Gasto Público 28
Figura 10. Deuda Pública 29
Figura 11. Balanza Comercial Total. 30
Figura 12. Balanza Comercial 31
Figura 13. Factores que impactan los negocios de petróleo y gas en 20 años 34
Figura 14. Ingeniería 92
Figura 15. Paquetización 93
Figura 16. Comisionado 94
Figura 17. Construcción 94
Figura 18. Proceso del Servicio de Ingeniería 96
Figura 19. Ubicación de la empresa 102
Figura 20. Página Web 110
Figura 21. Posicionamiento de la Página web. 111
Figura 22. Suma CRM 112
Figura 23. Linkedin 113
Figura 24. Fondos de pantalla 114
Figura 25. Agendas y esferos CPM 115
Figura 26. Equipo de Protección Personal de CPM 115
Figura 27. Chompas corporativas de CPM 116

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente Plan de Marketing fue realizado para la empresa Conspeccime Cía. Ltda., dedicada a la prestación de servicios de Ingeniería en el sector petrolero. Se realizó un análisis de la situación actual y del sector de la empresa, tomando en cuenta aspectos internos y externos. En cuento a la empresa se analizó varias características como su historia, misión, visión y objetivos, estructura organizacional, cadena de valor y se revisó cada uno de los procesos que tiene la empresa. Respecto al sector se hizo un análisis PESTEL, es decir lo factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que de alguna manera afectan al sector, también se desarrolló un análisis de las 5 fuerzas de *Porter* que son: rivalidad entre competidores actuales, poder negociador de los compradores, poder negociador de los proveedores, la amenaza de productos o servicios sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

Se elaboró un FODA para el estudio de la situación competitiva de la empresa y se conoció cuáles fueron sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Con este análisis se procedió a definir las estrategias institucionales. Se prosiguió a desarrollar una investigación de mercados a través de entrevistas que se realizó a actores internos y externos de la empresa, esto permitió la caracterización de la oferta y demanda de esta.

Con el análisis anterior se desarrolló las estrategias de segmentación, posicionamiento, diferenciación y el *Marketing Mix*. Finalmente se hizo una proyección de costos y beneficios que traería el desarrollo de este plan de *marketing*.

INTRODUCCIÓN

Conspeccime Cía. Ltda., es una organización que empieza sus operaciones en mayo del 2010 y está formada por profesionales en proyectos de Ingeniería y Construcción con una experiencia de más de 10 años en el mercado petrolero dentro del Ecuador e internacionalmente (Conspeccime, 2010).

Conspeccime desarrolla Proyectos de Ingeniería Conceptual, Básica y/o de Detalle, para la construcción de proyectos de infraestructura y proyectos de construcción de Equipos paquetizados y prefabricados". Responsable con sus stakeholders para satisfacer sus necesidades y expectativas ofreciendo servicios de calidad, cumpliendo con los tiempos y alcances establecidos, cuidando el medio ambiente y preservando los recursos naturales, también se preocupa por la salud física y mental de sus trabajadores con el propósito de mitigar peligros, mermar riesgos y fomentar la participación y consulta de los mismos, a través de la implementación del Sistema de Gestión Integrado" fundamentado en los requerimientos de las 3 normas: Certificación de Calidad-ISO 9001, Certificación Ambiental - ISO 14001 (2015) y Certificación en Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo- OHSAS 18001 (2007).

Conspeccime Cía. Ltda. actualmente no cuenta con un plan de *marketing*, lo que no permite a la organización mejor expansión en el mercado; como consecuencia de esto, existe una baja demanda de los servicios que ofrece la empresa. Esta propuesta pretende posicionar a la empresa, para que incremente su participación de mercado.

Esta investigación se justificó, ya que será de gran ayuda a la empresa Conspeccime Cía. Ltda., para identificar los problemas que afectan a la misma y tener un buen posicionamiento en el mercado. Por medio de este trabajo se puso en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Esta investigación cuenta con el auspicio

de la empresa ya que brindó toda la información necesaria para realizar la propuesta del plan de *marketing* y a futuro implementarlo en la misma.

La línea de investigación “Estructuras de mercados, productos, fijación de precios, distribución, comunicación e imagen, de posicionamiento de marcas” comprende el diseño de estudios de mercado en todos sus componentes, de producto, precio, promoción plaza, postventa y la incorporación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) para el posicionamiento y el crecimiento en el mercado potencial. Este plan de *marketing* está basado en modelos de investigación científica cualitativa, cuantitativa exploratoria y descriptiva que son adaptables a los objetivos de esta investigación, además, se realizó un análisis de aprendizajes anteriores que derivarán en un diagnóstico y una propuesta para su futura implementación.

1. LA EMPRESA Y EL SECTOR

1.1. La empresa

1.1.1. Historia.

"Conspeccime Cía. Ltda.*, es una empresa formada por profesionales de la Ingeniería con una experiencia promedio de más de 20 años en la industria petrolera en el Ecuador y fuera de él. Como empresa, inició las operaciones en mayo de 2010, ejecutando proyectos de Ingeniería y asesoría en el campo petrolero*". (Conspeccime, 2010)

"*Conspeccime Cía. Ltda. desarrolla Proyectos de Ingeniería Conceptual, Básica y/o de Detalle, para la construcción de proyectos de infraestructura y proyectos de construcción de Equipos paquetizados y prefabricados de tubería para plantas industriales"*, en las especialidades de procesos, eléctrica, civil, mecánica, instrumentación y control (Conspeccime, 2010).

La empresa participa en concursos de precios, ofertas o licitaciones que tengan que ver con ingeniería, además de asociarse con otras empresas nacionales o extranjeras que tengan igual o similar objeto social para celebrar contratos con sociedades o empresas privadas, públicas y semipúblicas.

Al pasar el tiempo la empresa también realizó la ejecución de toda clase de obras civiles; se dedica también a la comercialización, industrialización, exportación e importación de todo tipo de maquinaria liviana y pesada al igual que los repuestos que se relacione con el objeto social de la misma, así como importar, vender, comprar o arrendar la maquinaria.

Responsable con sus *stakeholders* para satisfacer sus necesidades y expectativas ofreciendo servicios de calidad, cumpliendo con los tiempos y alcances establecidos, cuidando el medio ambiente, también se preocupa por la salud física y mental de sus trabajadores con el propósito de mitigar peligros, mermar riesgos y fomentar la participación y consulta de los mismos, a través de la implementación del Sistema de Gestión Integrado fundamentado en los requerimientos de las 3 normas: Certificación de Calidad-ISO 9001, Certificación Ambiental - ISO 14001 (2015) y Certificación en Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo- OHSAS 18001 (2007) (Conspeccime, 2010).

1.1.2. Misión.

"*Prestar servicios para ejecutar proyectos integrados de infraestructura, así como, ingeniería, fiscalización y paquetización en el sector petrolero e industrial, a través del compromiso y profesionalismo de nuestros colaboradores, que garantizan el cumplimiento de normas de calidad internacionales, para satisfacer las necesidades y expectativas de los Clientes*" (Conspeccime, 2010).

1.1.3. Visión.

"*Ser una empresa líder en el sector petrolero e industrial, por adoptar constantemente medidas para mejorar la calidad del servicio y expectativas de sus Clientes, fomentando el desarrollo profesional de sus colaboradores, incentivando la preservación ambiental y minimizando los riesgos laborales*" (Conspeccime, 2010).

1.1.4. Objetivos.

- Incrementar la satisfacción de los clientes en cuanto a Calidad y Tiempo de entrega.
- Optimizar los recursos de la empresa.

- Involucrar al personal en la Mejora Continua y prevención de defectos.
- Mejorar continuamente la eficacia del Sistema de Gestión Integrado.
- Mejorar los Índices de Seguridad mediante la eliminación de peligros y la reducción de riesgos del trabajo.
- Capacitar y Sensibilizar a los colaboradores, proveedores y visitantes en temas de Seguridad Salud Ocupacional y Medio Ambiente, mediante la difusión y aplicación de mejores prácticas, evaluaciones e incentivos de cultura laboral e impacto ambiental.
- Mantener y/o mejorar el estado de salud de los colaboradores durante su estancia en la empresa a través del Plan de Vigilancia de la Salud, actividades de consulta y participación y plan de acción para tratamiento de riesgos psicosociales.
- Prevenir la contaminación ambiental mediante la reducción del consumo mensual de energía y el manejo adecuado de los desechos que se generan en los diferentes procesos de Conspeccime Cía. Ltda. (Conspeccime, 2010)

1.1.5. Organigrama.

En el organigrama actual de la empresa Conspeccime Cía. Ltda. se detallan las áreas principales a nivel de jerarquía, este organigrama es estructural y vertical porque se muestra a las unidades ramificadas de arriba hacia abajo, con la máxima autoridad ubicada en el nivel superior.

La empresa cuenta con setenta empleados actualmente entre personas de oficina, las de planta de producción y staff de campo. Como podemos observar en la Figura 1 en el primer nivel se encuentra la Junta de Accionistas, seguido por el Gerente General encargado de la administración de la empresa. En el segundo nivel tenemos a la Coordinadora de Proyectos quien asegura que se cumpla con los objetivos y resultados del proyecto, seguido de la Coordinadora Administrativa y Logística que se encarga de coordinar, ejecutar y controlar las actividades administrativas necesarias para el

normal funcionamiento de la empresa, además de ser responsable de la organización de logística y de la parte de Recursos Humanos de la organización; esta persona trabaja conjuntamente con el Asistente de Compras, el Asistente de Logística, quien tiene el apoyo del Auxiliar de Archivo, el Asistente Administrativo (Recepcionista), quien tiene el soporte de Auxiliar de Limpieza y el encargado de Mensajería. En el mismo nivel tenemos al Administrador del SGI (Sistema de Gestión Integrado) quien planifica, coordina y desarrolla el seguimiento a los procesos del Sistema de Gestión Integrado, mediante políticas, directrices, procedimientos y el acompañamiento en la implementación de herramientas que permitan la mejora continua con eficiencia y eficacia. Los puestos que van de la mano con el Gerente General y la Coordinadora Administrativa y Logística son el Contador General y el Coordinador de TI (Tecnología de la Información).

En el tercer nivel es decir la parte operativa de la empresa tenemos la parte de planificación donde se encuentra una persona encargada del Control de Proyectos y una persona del Control de Documentos. En el área de ingeniería tenemos un líder que es la máxima autoridad por cada área de Mecánica, Procesos, Eléctrica, Civil e I&C (Instrumentación y Control), consecutivo al líder tenemos un Ingeniero Senior por cada área ya mencionada anteriormente y también un proyectista por cada área. En la parte de Construcción tenemos al Jefe de Planta, un Supervisor Mecánico, un Supervisor Eléctrico e I&C, el Supervisor QA/QC (Quality Assurance- Quality Control) que va de la mano con el Administrador del Sistema de Gestión Integrado, y una persona encargada de bodega.

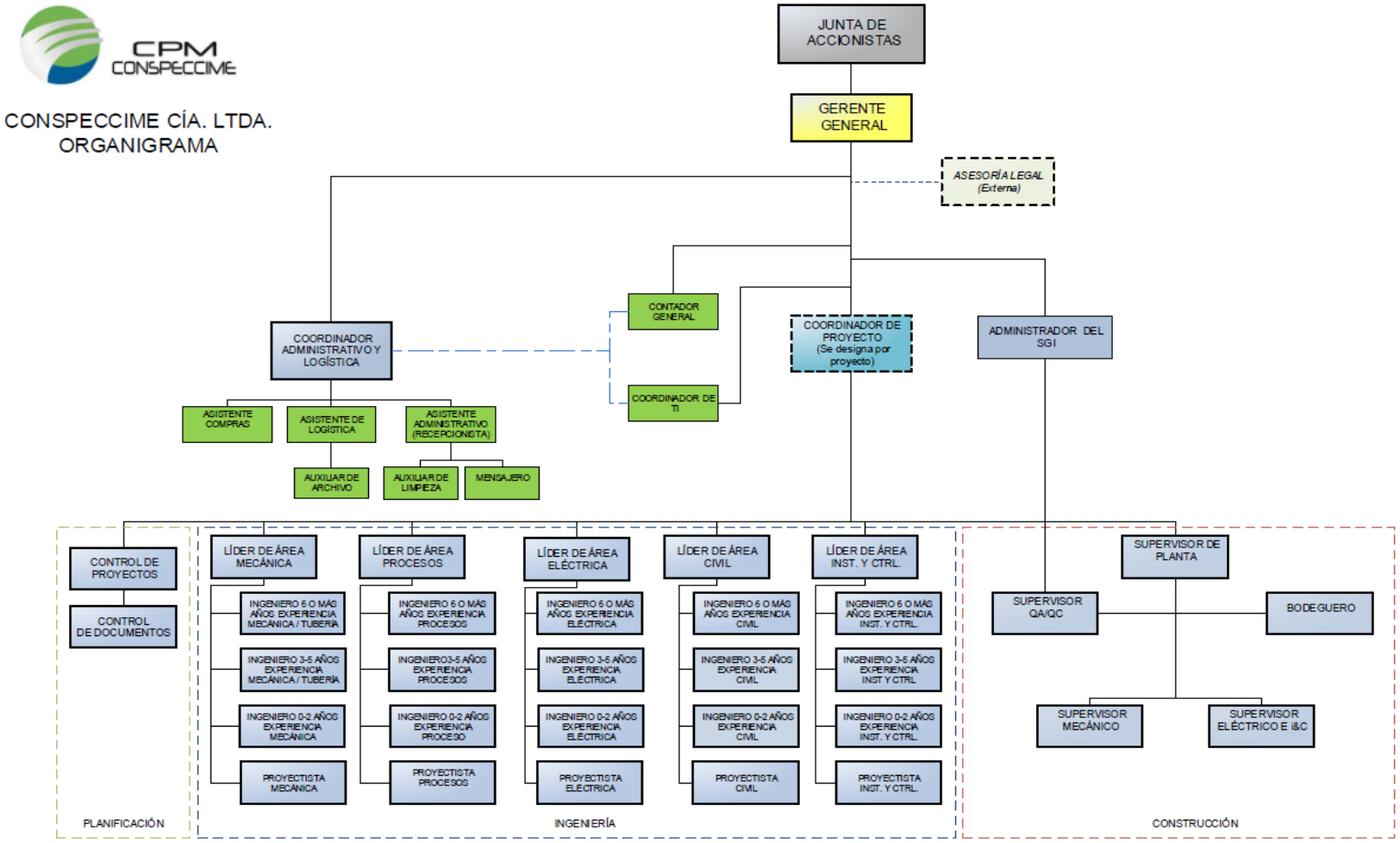


Figura 1. Organigrama de la Empresa
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda., (2020)

1.1.6. Mapa de Proceso.

El mapa de procesos es una representación gráfica global de todos los procesos, los cuales nos ayudan a situarnos fácilmente en la cadena productiva y contribuye a cambiar nuestra percepción del trabajo, de tareas hasta cierto modo dispersas, a un conjunto de tareas contextualizadas y orientadas hacia la satisfacción del cliente y de otras posibles partes interesadas. (Pdcahome, 2014). En la figura 2 podemos observar el mapa de procesos de la empresa:

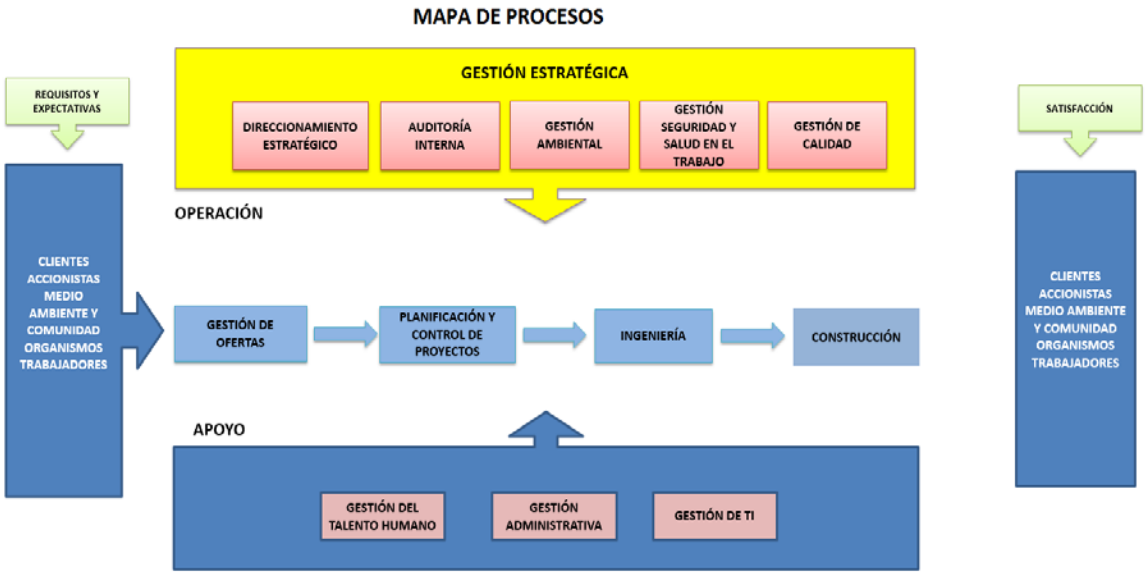


Figura 2. Mapa de procesos
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

El mapa de procesos de la empresa Conspeccime enfoca sus esfuerzos en el cumplimiento y satisfacción de los requisitos y expectativas de Clientes, Accionistas, Medio Ambiente, Comunidad, Organismos, y Trabajadores.

Los procesos estratégicos o misionales de la empresa son el Direccionamiento Estratégico, Auditoría Interna, Gestión Ambiental, Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional y el proceso de Gestión de Calidad.

Direccionamiento Estratégico: Este proceso abarca toda la gestión estratégica de la empresa, como es la evaluación del Sistema de Gestión Integrado que tiene como finalidad la mejora continua de los procesos y programas de seguridad, salud y ambiente, además de verificar el cumplimiento y logro de los objetivos del sistema, también establecer los canales de comunicación y consulta de la información pertinente sobre los procesos.

Auditoría Interna: Este proceso es encargado de planificar y realizar las auditorías internas del Sistema de Gestión Integrado, establecer los registros e informar de sus resultados. Las Auditorías internas tienen la finalidad de evaluar la conformidad con las disposiciones planificadas para los sistemas de gestión *ISO* Y *OSHAS* y verificar si los sistemas han sido implementados y se mantienen de manera eficaz.

Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional: Este proceso asegura que los peligros y riesgos de seguridad y salud en el Trabajo estén relacionados con todas las actividades, procesos, instalaciones, productos y servicios de la empresa y sean registrados y evaluados a fin de establecer las medidas de control adecuadas para gestionar la seguridad y salud en el trabajo de todos sus colaboradores incluyendo sus contratistas, proveedores y visitantes.

Gestión Ambiental: Este proceso, asegura que los aspectos e impactos ambientales identificados estén asociados con las actividades, procesos, instalaciones, productos y servicios de Conspeccime Cía. Ltda., identificando, controlando, gestionando y aplicando

las políticas de manejo, cuidado y preservación del medio ambiente, como elementos esenciales de la empresa y tomando en cuenta las etapas del Ciclo de Vida.

Gestión de Calidad: Se constituye como el responsable de la custodia de los procedimientos elaborados para el adecuado despliegue del Sistema de Gestión de Conspeccime Cía. Ltda., de igual manera es el responsable de asegurar que los lineamientos requeridos para el funcionamiento del mismo se cumplan gestionando las actividades de auditoría interna, acciones correctivas, preventivas y demás actividades que permitan a la organización cumplir con los objetivos planteados y sobre todo la mejora continua de sus procesos.

En los procesos operativos de la cadena de valor de la empresa se ha identificado cuatro procesos como principales para la entrega de los productos y servicios al cliente, estos son Gestión de Ofertas, Planificación y Control de Proyectos, Ingeniería y Construcción.

Gestión de ofertas: Este proceso es encargado de establecer los lineamientos a seguir para presentar las ofertas o licitaciones públicas de los productos y/o servicios de Conspeccime Cía. Ltda., por medio del trabajo en conjunto de todas las áreas de la empresa de tal forma que se cumpla con los requisitos especificados por los clientes y se obtengan nuevas oportunidades de negocio.

Planificación y control de proyectos: En este proceso se planifica y organiza las actividades relacionadas con la ejecución de proyectos desde el inicio, durante y hasta la finalización del mismo, con el propósito de identificar los recursos indispensables para desarrollo del proyecto, logrando así la satisfacción de los clientes y cumplimiento de la Política.

Ingeniería: Este proceso define las actividades necesarias para planificar, realizar, revisar, verificar y controlar el diseño de los productos generados en los proyectos de ingeniería, asimismo definir la metodología de revisión de documentos que se elaboran y se envían al cliente como producto de la ejecución de Proyectos de Ingeniería con el fin de asegurar que se cumplan los requisitos especificados por el cliente y el alcance.

Construcción: En este proceso se planifica, coordina, y ejecuta las actividades relacionadas con los proyectos de construcción en las especialidades de procesos, eléctrica, civil, mecánica, instrumentación y control.

Los procesos de Soporte de la empresa Conspeccime Cía. Ltda. son la Gestión de los Recursos, pudiendo ser estos de Gestión Administrativa y Gestión Tecnología.

Gestión Administrativa: Este proceso está constituido por los sub-procesos de Recursos Humanos, Compras y Logística que tienen por objetivo proveer al personal competente de insumos necesarios para la ejecución de los proyectos y cuando estos procesos requieran, también apoyan al personal en sus movilizaciones a campo para realizar el levantamiento de información de forma oportuna.

Gestión de Tecnologías de la Información: Este proceso es responsable de proporcionar y mantener el *software* y *hardware* necesario para la ejecución de los proyectos que tiene Conspeccime Cía. Ltda.

1.1.7. Cadena de Valor.

La cadena de valor es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor. (Crecenegocios, 2014)

En la figura 3 se observa las cuatro actividades primarias de la cadena de valor de la empresa que son: Gestión de Ofertas, Planificación y Control de Proyectos, Ingeniería y Construcción y ocho actividades de apoyo que son Direccionamiento Estratégico, Auditoría Interna, Gestión Ambiental, Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, el proceso de Gestión de Calidad, Gestión del Talento Humano, Gestión Administrativa y Gestión Tecnología.

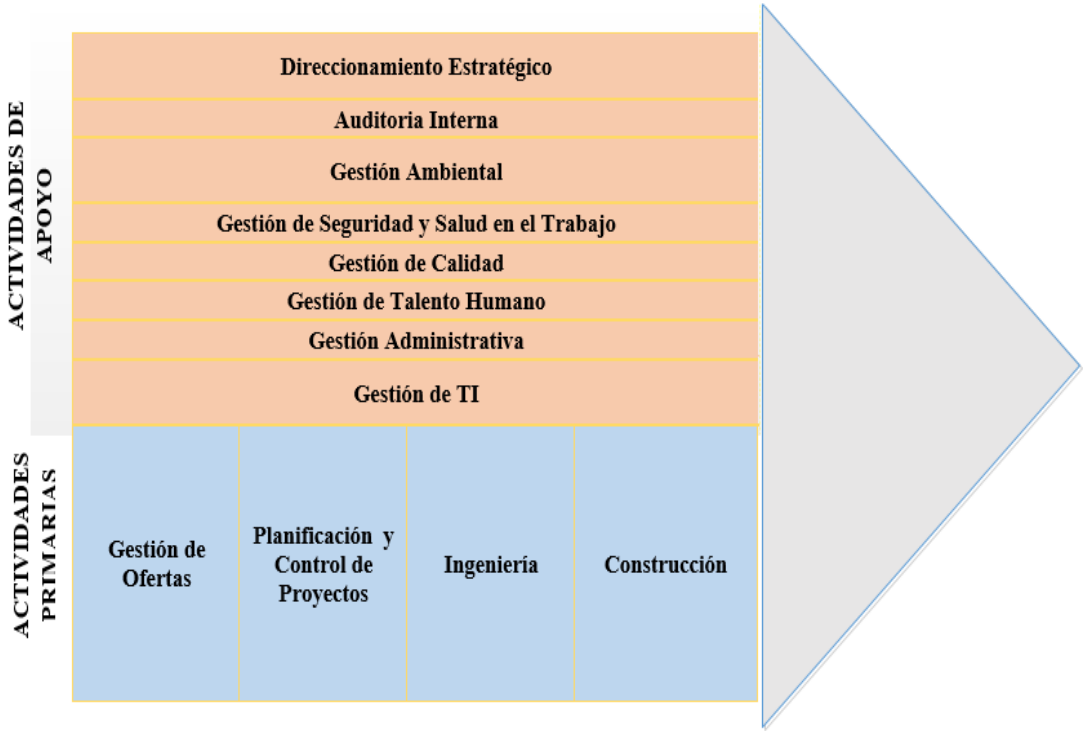


Figura 3. Cadena de Valor de la Empresa
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

1.2. El sector

En el Ecuador el sector petrolero influye directamente en los aspectos económicos, sociales, políticos, tecnológicos, ecológicos y legales, y estos factores son muy cambiantes y exigentes por lo tanto el progreso y desarrollo de una empresa se fundamenta en acoplarse a los cambios aprovechando así las oportunidades o fortalezas que tengan, y mitigar amenazas y debilidades (Cela, 2016).

1.2.1. Análisis PESTEL

Según (Alvarado, 2015) la herramienta PESTEL medirá el impacto de los factores del macroentorno en la empresa Conspeccime Cía. Ltda., en donde se incluye los factores externos como:

- Políticos
- Económicos
- Sociales
- Tecnológicos
- Ecológicos
- Legales

1. Factores Políticos

Hay instituciones y ministerios que controlan y regulan las diferentes actividades del sector petrolero mediante las políticas del Plan Nacional del Buen Vivir (Cela, 2016).

Según (Petroecuador, 2018) en el **Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021** los siguientes objetivos son los que se alinean a la gestión de la empresa Conspeccime Cía Ltda.:

*"**Objetivo 3:** Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y las futuras generaciones.*

***Política 3.4:** Promover buenas prácticas que aporten a la reducción de la contaminación, la conservación, la mitigación y la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global".*

*"**Objetivo 5:** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.*

***Política 5.8:** Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, potenciando el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad.*

***Política 5.10:** Fortalecer e incrementar la eficiencia de las empresas públicas para la provisión de bienes y servicios de calidad, el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, la dinamización de la economía, y la intervención estratégica en mercados, maximizando su rentabilidad económica y social".*

*"**Objetivo 8:** Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.*

Política 8.2: *Fortalecer la transparencia en la gestión de instituciones públicas y privadas y la lucha contra la corrupción, con mejor difusión y acceso a información pública de calidad, optimizando las políticas de rendición de cuentas y promoviendo la participación y el control social".*

2. Factores Económicos

Ecuador es un estado soberano y una república democrática representativa de ingresos medios. Tiene una economía en desarrollo que se centra en productos básicos como el petróleo y los productos agrícolas (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2002).

Ecuador usa el dólar estadounidense como su moneda y trabaja con el Banco Central como institución financiera principal. El tipo de cambio del dólar de Ecuador tiene un promedio de 1.298 USD / EUR desde el 2006 hasta 2019. Según el Banco Central del Ecuador en junio del 2019, el dólar ecuatoriano al EURO se registró en 1.137 USD / EUR con un aumento respecto mayo de 2019 con 1.113 USD / EUR. (El Comercio , 2019)

PIB (Producto Interno Bruto y Coyuntura.

"Las previsiones apuntan a un crecimiento anual lento, cercano al 2% del PIB, durante los próximos 5 años" (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

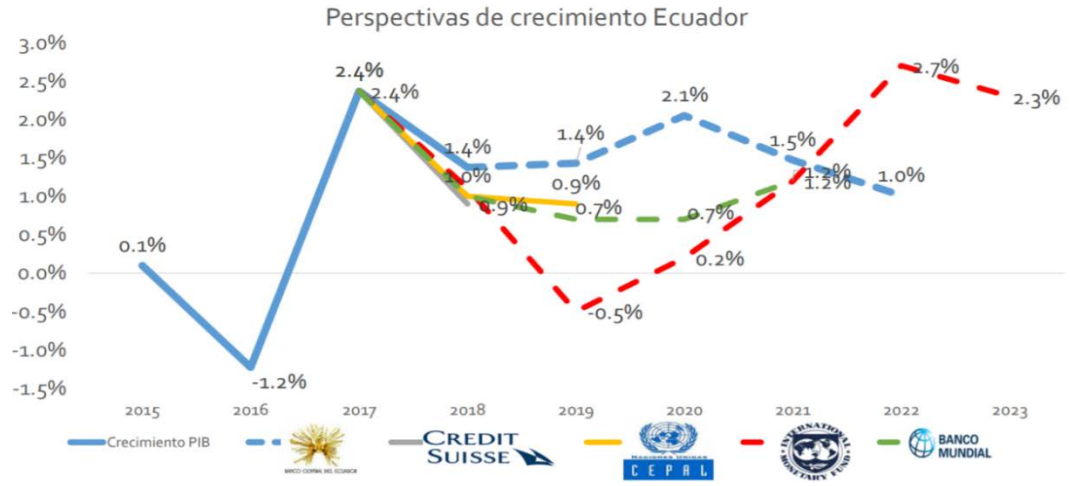


Figura 4. Perspectivas de crecimiento en el Ecuador
Fuente: Banco Central del Ecuador y diversos organismos internacionales (2019)

PIB Per Cápita Real

"PIB per cápita de Ecuador será negativo para los próximos dos años, éste permanecerá estancado, es decir, la población crece más rápido que la economía afectando la calidad de vida de los habitantes" (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

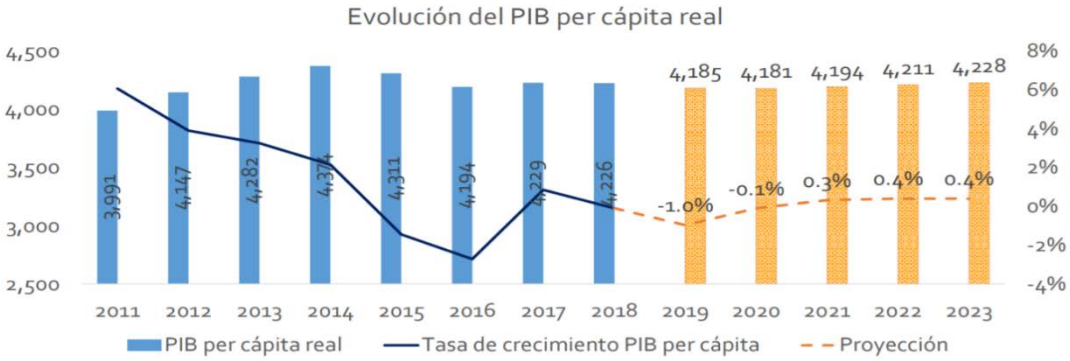


Figura 5. PIB per cápita real
Fuente: Banco Central del Ecuador y diversos organismos internacionales (2019)

Inversión Pública y Privada.

La inversión pública desplazó a la privada hasta el 2015. Ahora ha perdido peso por el recorte fiscal. La inversión privada muestra una ligera recuperación en el 2014, pero permanece estancada en el 2019. *"En los últimos 10 años la economía se volvió dependiente del gasto público, por lo tanto, incentivar la inversión privada deberá ser prioridad"* (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

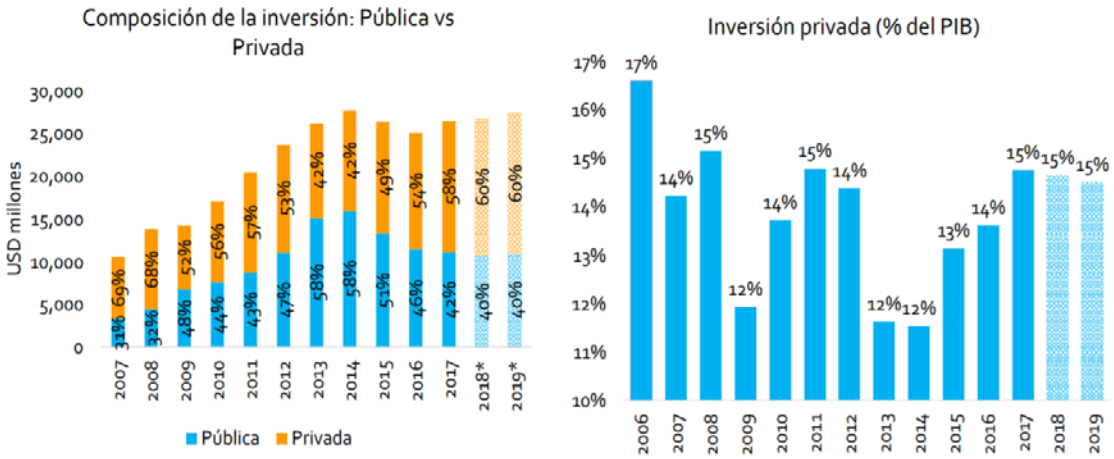


Figura 6. Inversión pública e inversión privada
Fuente: Banco Central del Ecuador y diversos organismos internacionales (2019)

Empleo y desempleo.

"*Las condiciones del mercado laboral no son buenas, aumenta el empleo inadecuado en el país*"; el subempleo se ha duplicado desde el 2012 y desde diciembre del 2014 la calidad de empleo solo se ha deteriorado (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

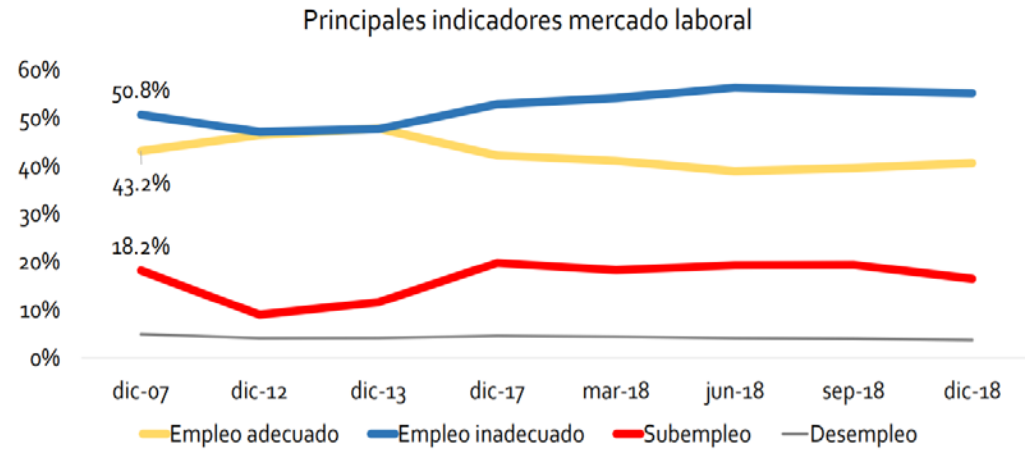


Figura 7. Indicadores mercado laboral
Fuente: Banco Central del Ecuador y diversos organismos internacionales (2019)

Inflación Interanual.

"*La inflación para el mes de febrero fue de 0.16%. La desaceleración en la demanda mantiene la inflación por debajo de los niveles recomendados (2%). El FMI (Fondo Monetario Internacional) pronosticó que la inflación para el 2019 será del 0.6%"* (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

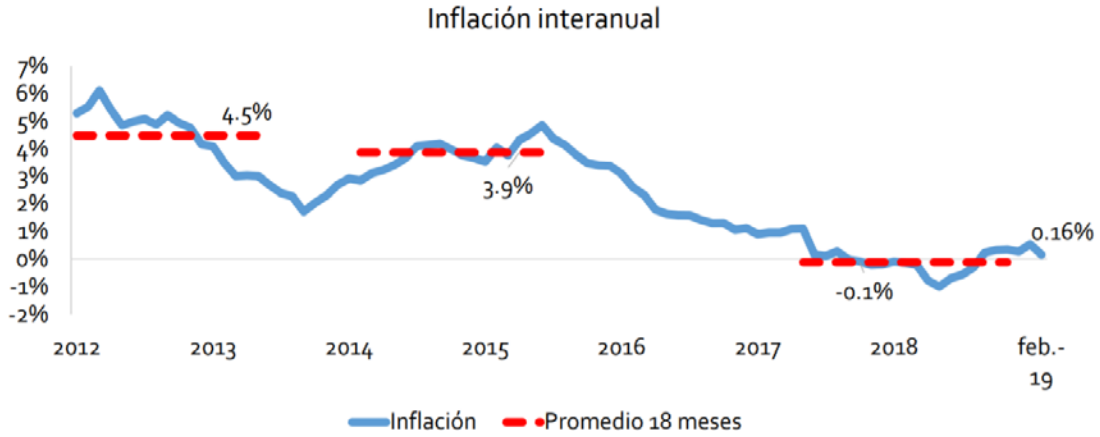


Figura 8. Inflación interanual
Fuente: INEC (2019)

Gasto Público.

El Gasto público procíclico hizo la economía más vulnerable. A pesar de la bonanza petrolera no se tomaron medidas para incrementar el ahorro. La economía se acopló a un nivel de gasto insostenible y en la recesión se acudió a un endeudamiento agresivo.

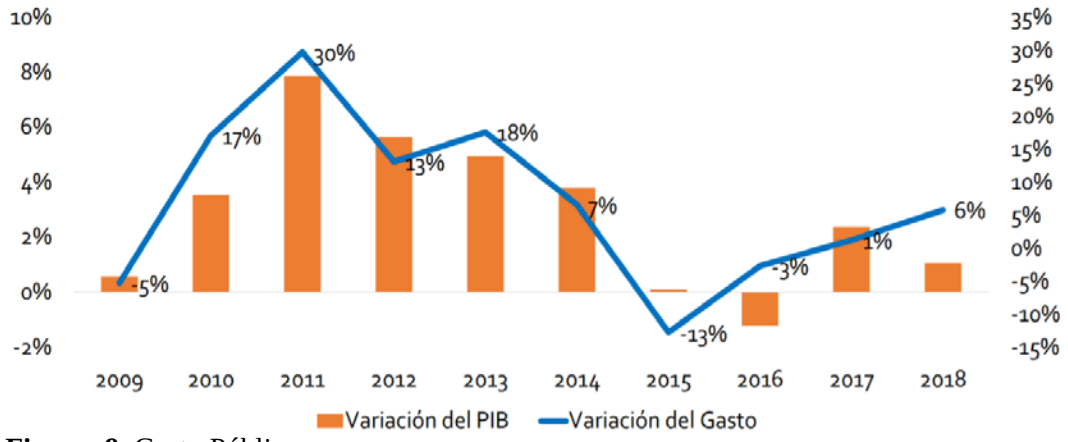


Figura 9. Gasto Público
Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

Deuda Pública.

La deuda pública se duplicó en los últimos 10 años y continúa en aumento. (www.docsify.com, s.f.) "*Según el FMI (Fondo Monetario Internacional) para el 2019 ésta alcanzaría un nivel récord del 49% del PIB*" (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

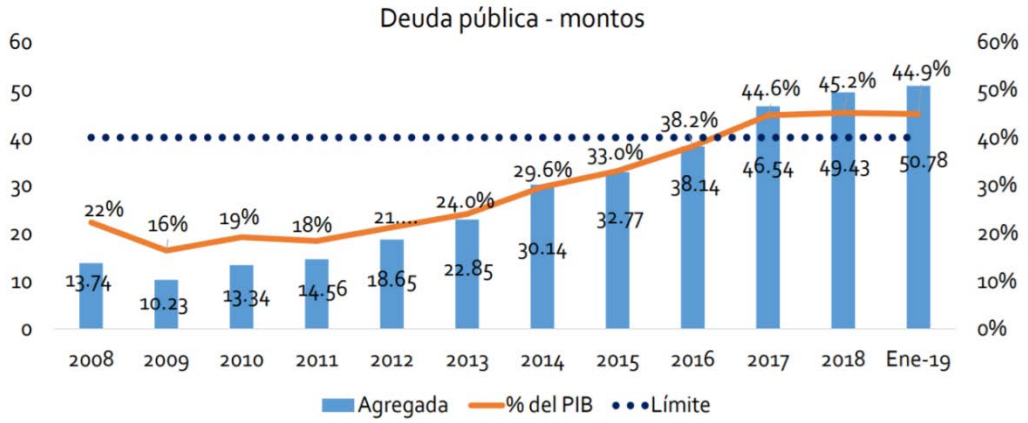


Figura 10. Deuda Pública
Fuente: Banco Central del Ecuador, Ministerio de Finanzas (2019)

Balanza comercial

A enero 2019 la balanza comercial presenta un déficit mensual de $248 millones y acumulado de $763 millones. La caída tanto de las exportaciones petroleras como las no petroleras presionó el déficit de la balanza comercial. Es la primera vez en dos años que la misma presenta resultados negativos en este periodo (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

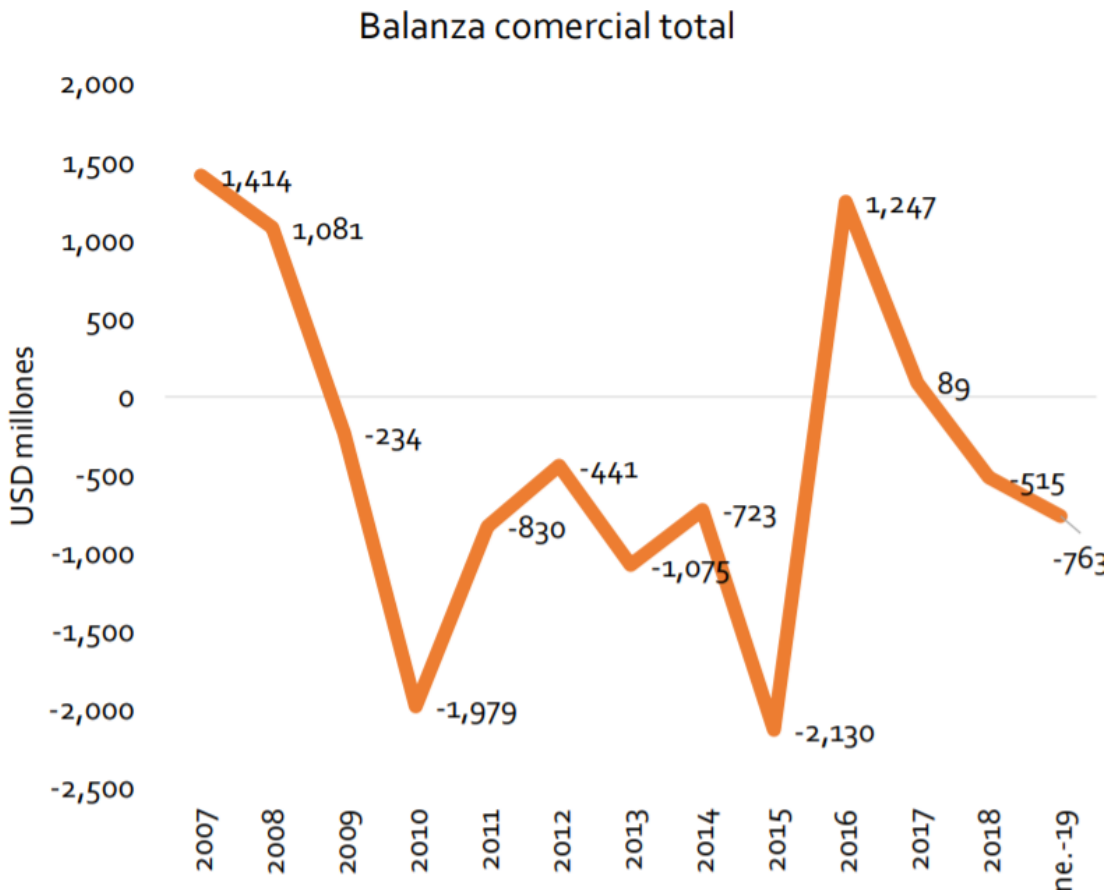


Figura 11. Balanza Comercial Total.
Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

"La caída del precio del petróleo presionó la caída de la balanza petrolera. Productos como el banano, café y flores disminuyeron sus exportaciones al iniciar el año" (Camara de Comerio de Guayaquil , 2019).

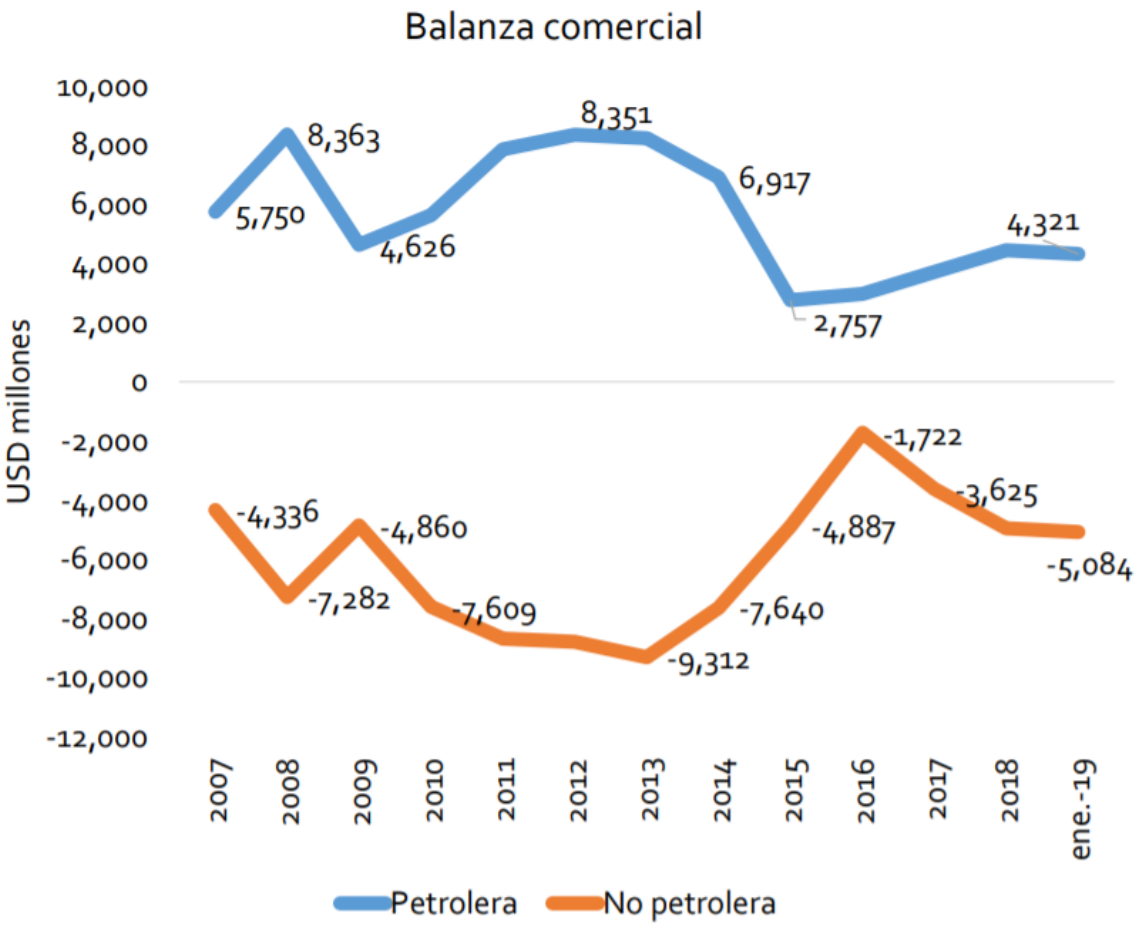


Figura 12. Balanza Comercial
Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

Producción del Petróleo:

Según el "*Banco Central del Ecuador la producción nacional de petróleo en los primeros cuatro meses de este año 2019 se recuperó y creció un 3% en relación con el mismo período del año previo. En total, fueron 15 619 barriles de crudo más los explotados en el primer cuatrimestre de este año"* (El Comercio , 2019).

"La cifra del 2019, sin embargo, no alcanza lo logrado en el 2015, 2016 y 2017. Entonces la producción superaba los 530 000 barriles diarios. Esta diferencia se explica, en parte, porque los campos petroleros tradicionales se encuentran en declinación. Además, la falta de pago a las petroleras privadas, por parte del Gobierno anterior, redujo la inversión y por lo tanto hubo una menor explotación de crudo" (El Comercio , 2019).

3. Factores Sociales

En una institución el aspecto social juega un papel muy importante para su desarrollo, es por esto que, dentro del sector encargado de la producción de petróleo se preocupan por incluir a las poblaciones aledañas, minimizando de esta manera los niveles de desempleo y subocupación, creando lazos de fraternidad entre el empleado y la organización y sobre todo poniendo énfasis en los aspectos ambientales. En "*los sectores productivos y sociales de un país es de trascendental importancia la generación de plazas de empleo porque aumentan los niveles de la población económicamente activa."* y de esta manera disminuye la tasa de desempleo (Cela, 2016).

Los países y sus respectivas sociedades tienen gran diversidad en cuanto a cultura, genero, etnia, idioma, influyendo en sus estructuras y recursos, por lo que es necesario encontrar un equilibrio. La producción de petróleo en el país influye directamente en la población, ya que sirve para apoyar las relaciones con otros países u organizaciones internacionales, permite el acceso a educación, salud y sobre todo contribuye con infraestructuras para el desarrollo social de un país. (Cela, 2016)

4. Factores Tecnológicos

Hoy en día las organizaciones para cumplir con los objetivos trazados deben implementar los cambios tecnológicos existentes, este factor juega un papel muy importante porque ayuda de esta forma aumentar la eficiencia, minimizar costos y mantener estándares de calidad con el fin de mejorar los servicios o productos entregados a los clientes. (Cela, 2016)

En el sector petrolero el propósito de la tecnología debe ser minimizar el impacto ambiental y optimizar tiempo y recursos para darle un plus a las empresas que contratan estos servicios generando así rentabilidad. (Cela, 2016).

Como se indica en la figura 13, actualmente el factor tecnológico plasma un porcentaje del 61% *"…en el impacto que una empresa posee en el sector petrolero" y de gas continuando con un 57%*" en consideraciones ambientales e influencia de los gobiernos; teniendo en cuenta que, "*…para una proyección de 20 años, el factor tecnológico sigue teniendo un gran impacto en el sector con un 81%"*, las organizaciones petroleras deben aprovechar estratégicamente la inversión tecnológica. (Cela, 2016).

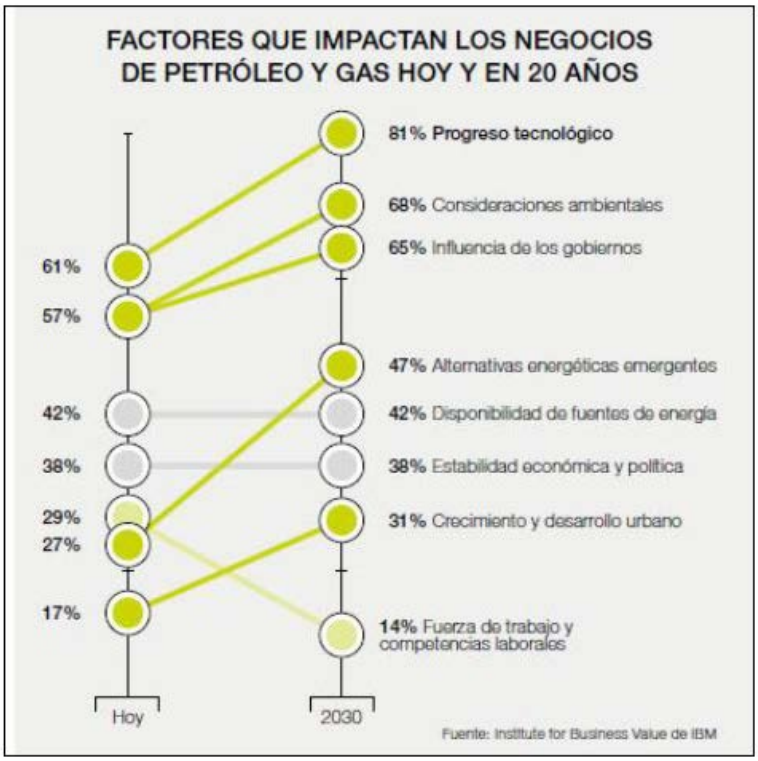


Figura 13. Factores que impactan los negocios de petróleo y gas en 20 años
Fuente: Institute for Business Value De IBM (2019)

5. Factores Ecológicos

En el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, uno de los elementos básicos para asegurar la protección de la naturaleza y del ser humano, es la utilización de tecnología adecuada en la prevención, control y mitigación de los impactos ambientales producto de las actividades petroleras y mejoramiento del ambiente de trabajo a fin prevenir accidentes y enfermedades profesionales; esta política de Responsabilidad Social busca incidir en las prácticas internas y de la acción pública de la empresa con sus grupos de interés, a fin de desarrollar programas sostenibles en armonía con las comunidades de las áreas de influencia, con un enfoque ético tanto para la sociedad como para la naturaleza siempre relacionado (Petroecuador, 2018):

- *Diálogo con grupos de interés*

- *Buenas prácticas de sostenibilidad*
- *Respeto a los derechos humanos*
- *Transparencia en la gestión empresarial.* (Petroecuador, 2018)

"Este factor tiene un impacto muy positivo para la organización ya que nos plantea un reto al cambio y genera un efecto sinérgico para la modernización y sostenibilidad de la empresa a fin de mantener una relación armónica con las comunidades ubicadas en las áreas de influencia de las instalaciones operativas y mejoramiento de la seguridad y salud de sus colaboradores" (Petroecuador, 2018).

6. Factores Legales

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) elaborada en Montecristi enmarca con las siguientes Normas Constitucionales que deben regir para el sector petrolero:

*"**Art. 313.-** El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.*

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley".

*"**Art. 315.-** …Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales."*

La (Ley Orgánica de Empresas Públicas, 2009) enfatiza los siguientes artículos que deben regir para empresas del sector petrolero.

*"**Art. 3, numeral 3.-** Actuar con eficiencia, racionalidad, rentabilidad y control social en la exploración, explotación e industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables y en la comercialización de sus productos derivados, preservando el ambiente"*.

*"**Art. 6.- Organización Empresarial. -** Son órganos de dirección y administración de las empresas públicas, el Directorio y la Gerencia General"*.

La (Ley de Hidrocarburos , 1978) destaca los siguientes artículos para empresas del sector petrolero.

"**Art. 3.-** Establece que el transporte de hidrocarburos por oleoductos, poliductos y gasoductos, su refinación, industrialización, almacenamiento y comercialización, serán realizados por EP Petroecuador".

*"**Art. 6.-** Corresponde a la Función Ejecutiva la formulación de la política de hidrocarburos. Para el desarrollo de dicha política, su ejecución y la aplicación de esta*

Ley, el Estado obrará a través del Ministerio del Ramo y de la Secretaría de Hidrocarburos".

"***Art. 7.-*** *Corresponde al ministro del Ramo someter a consideración del presidente de la República la política nacional de hidrocarburos, en los siguientes aspectos:*

- *Aprovechamiento óptimo de los recursos de hidrocarburos;*
- *Conservación de reservas;*
- *Bases de contratación para los contratos de prestación de servicios para la exploración y explotación de hidrocarburos que proponga el Comité de Licitaciones;*
- *Comercio exterior de los hidrocarburos;*
- *Bases de contratación que proponga el Comité de Licitaciones;*
- *Inversión de utilidades de los contratistas; y,*
- *Régimen monetario, cambiario y tributario relacionado con los hidrocarburos".*

1.2.2. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.

En esta investigación se realizará un análisis del sector de la empresa, esto será estudiado y analizado a través de las teorías de las 5 fuerzas de Michael Porter que se basa en la estructura de los sectores de negocios en los que opera la empresa, estas cinco fuerzas actúan configurando las características de las relaciones que se establecen dentro del sector (Ordoñez, 2013). Estas 5 fuerzas son:

- Rivalidad entre competidores actuales
- Poder negociador de los compradores

- Poder negociador de los proveedores
- La amenaza de productos o servicios sustitutos
- Amenaza de nuevos competidores

1. Rivalidad entre competidores actuales

Esta fuerza es de gran influencia para Conspeccime Cía. Ltda. porque hay organizaciones que brindan el mismo servicio, con precios equivalentes y que cuentan con trabajadores profesionales en el sector como son las empresas como Acero de los Andes, Smartpro S.A., Tecna del Ecuador S.A., Pro-Petrotex, Sedemi, con métodos avanzados y que operan en lugares donde Conspeccime también está trabajando. Sin embargo, Conspeccime Cía. Ltda. cuenta las certificaciones de calidad, salud ocupacional y ambiental, también tiene un exigente cumplimento de los contratos en precio, tiempo, alcance y calidad.

Tabla 1. Rivalidad entre competidores actuales

FACTORES	
POSITIVOS	**NEGATIVOS**
1.- Apertura para alianzas y subcontratos	1.- Competencia desleal 2.- Guerra de precios 3.- Factores políticos que intervienen en las negociaciones.

Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

2. Poder negociador de los compradores (los clientes de la industria)

El servicio de ingeniería procura y construcción en el sector petrolero se mantiene porque aún no existen servicios sustitutos, por ende, lo compradores no tienen mucha imposición en este sector.

El modelo de negocio que Conspeccime Cía. Ltda. tiene, está definido como *Business to Business*. La empresa participa en concursos de precios, ofertas o licitaciones que tengan que ver con ingeniería, además de asociarse con otras empresas nacionales o extranjeras que tengan igual o similar objeto social para celebrar contratos con sociedades o empresas privadas, públicas y semipúblicas. Además, existe negociación directa por parte de la alta gerencia con las empresas públicas y privadas para tener más proyectos. (Cela, 2016)

El proceso de las ofertas o licitaciones inicia cuando se ha recibido la carta de invitación por parte de un potencial cliente para participar en un concurso o licitación.

Luego la Gerencia General con el Apoyo del equipo de trabajo cuando sea necesario analiza la información proporcionada por el cliente:

- El Alcance de los trabajos.
- Términos de referencia.
- Modelo de contrato.
- Requisitos para la preparación de la oferta
- Aclaraciones del proceso

Consecutivamente se prosigue a revisar la información y la empresa decide si participará o no en el concurso. En caso de que la decisión sea afirmativa comunica a los involucrados para que procedan con la participación.

Entonces se empieza a preparar documentos de disciplina para elaborar la Propuesta. La Gerencia General coordina con su equipo de trabajo las siguientes actividades de tal forma que cada colaborador se encargue de la elaboración de los documentos que correspondan a su área:

- Cuantificar las cantidades de obra por especialidad.
- Solicitar y obtener de cotizaciones de materiales y/o servicios.
- Elaborar el Presupuesto para Ejecución.
- Preparar Plan de Ejecución.
- Solicitar seguros, garantías según se solicite.
- Preparar documentos y formularios solicitados.
- Elaborar cronograma de ejecución.
- Elaborar Oferta Técnica.
- Elaborar Oferta Económica.

Toda la documentación de la oferta será entregada a Control de Documentos en archivo digital y/o físico.

Posteriormente Control de Documentos consolida y organizada la documentación según las indicaciones que se encuentran especificadas en la invitación enviada por el cliente inicialmente. Luego el Gerente General realiza la revisión de toda la información y firma los documentos de respaldo que garantizan la veracidad de la oferta. El Asistente Administrativo de recepción es responsable de coordinar la entrega de los documentos de la Oferta con el respectivo respaldo de la entrega recepción de esta.

De acuerdo con el cronograma de licitación el cliente potencial puede solicitar aclaraciones y/o más información, estos adicionales y aclaraciones se responderán inmediatamente a fin de solventar cualquier inquietud del Cliente.

Al recibir la notificación a la Contratista, a través de la Carta de adjudicación y/o e-mail, y cuando aplique, la Gerencia General o su delegado enviarán al Cliente la documentación requerida en los Términos de Referencia, para proceder a la firma del contrato y/o recepción de la Orden de Servicio.

Tabla 2. Poder negociador de los compradores

FACTORES	
POSITIVOS	**NEGATIVOS**
1.- Apertura para participar en proyectos más grandes y complejos. 2.- Calificación para diferentes tipos de proyectos 3. Certificaciones que poseen los oferentes es un requisito favorable en ofertas 4.- Establecen Guías de SSA (Salud, Seguridad y Ambiente) para trabajos.	1.- Monopolio de empresa del estado en industria petrolera. 2.- Libre inclusión de cláusulas para generar contratos. 3.- Facturación a disposición del cliente 4.- Imposición de marcas aprobadas por el cliente 5.- El cliente pide que el alcance de la certificación sea detallado para calificarse como proveedor y asignar proyectos

Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

3. Poder negociador de los proveedores

La calificación de proveedores que Conspeccime Cía. Ltda. tiene es sumamente rigurosa, requieren de proveedores con calidad en los materiales y tiempos de entrega, otro factor que se les exige a los proveedores es que cuenten con la calificación de los clientes.

Esta fuerza influye medianamente ya que los proveedores ayudan a la empresa siga fluyendo adecuadamente. En el sector, una empresa como nosotros requiere proveedores en estas categorías: materiales mecánicos, herramientas, materiales de instrumentación,

calibración de equipos de medición, ensayos nos destructivos, importación de tuberías y materiales, servicios de ensayo, inspección y certificaciones

Para el caso de la empresa nosotros trabajamos con estos proveedores: Ramiro Vinueza y *ULMA* que son proveedores de materiales mecánicos, Castillo Hermanos que nos proveen de herramientas eléctricas, de pernos, tuercas, tornillos,etc., *Keyco* Ingeniería de Diseño S.A. que nos proveen de materiales de instrumentación, *Bureau Veritas* es la empresa que nos brinda los servicios de inspección y certificación, *Metrologic* que brinda servicios de calibración de equipos de medición, *ILPM Engineering* quienes realizan los ensayos no destructivos, *Spilnet* que nos provee de importaciones de tuberías y materiales.

Tabla 3. Poder negociador con los proveedores

FACTORES	
POSITIVOS	**NEGATIVOS**
1.- Apertura para diferir pagos. 2.- Gestión para la obtención de créditos 3.- Apertura de los proveedores para competir dentro de un proyecto. 4.- Apertura de los proveedores para aceptar los términos de los contratos. 5.- Gestión para conseguir materiales solicitados por el contratante 6.- Gestión de proveedores para entregar certificados de calidad de materiales	1.- Plazos de entrega largos 2.- Retraso en cambio de materiales en mal estado. 3.- Plazos de entrega no se cumplen adecuadamente 4.- Certificados de Calidad no llegan a tiempo 5.- Dificultad para influir en cumplimiento de lineamientos de SST (Seguridad, Salud y Trabajo. 6.- Las marcas aprobadas o sugeridas por el cliente no se encuentran fácilmente en el mercado nacional.

Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

4. La amenaza de productos o servicios sustitutos

Dado que los servicios petroleros tienen una demanda derivada que depende directamente de la de productos petroleros, se entiende que a medida que los productos petroleros sean reemplazados por fuentes de energía alternativa, así también la demanda de servicios se

reduciría y/o evolucionaría hacia una de servicios que soporten la operación para producción de biocombustibles, energía eólica, nuclear, entre otras. Los servicios sustitutos podrían ser empresas que "Renta Equipos" o empresas que brinden servicios específicos como lo es Ohmelectro Cía. Ltda. que se especializa en la parte eléctrica de proyectos.

Tabla 4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

FACTORES	
POSITIVOS	**NEGATIVOS**
1.- Optimización de los diseños de ingeniería. 2.- Entrada de Ingeniería de Apoyo 3.- Reducción de costos y plazos	1.- Provienen del extranjero 2.- No son aprobados por el cliente final 3.- Los productos petroleros sean reemplazados por fuentes de energía alternativa

Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

5. Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de que entren nuevos competidores en el sector petrolero es poco factible ya que los requerimientos para la constitución o creación de este tipo de empresas en el Ecuador son complicados, pero se debe considerar que el país muestra gran interés por contratar dichas compañías de exploración de yacimientos petroleros y también empresas que comercialicen entonces se puede decir que el grado de esta fuerza es leve.

"*Las principales barreras de entrada y salida que se presentan en el sector de servicios petroleros son las siguientes"* (Cela, 2016):

- *Leyes gubernamentales de constitución de empresas*
- *Gran nivel de inversión de capital*

- *Nivel de negociaciones de las empresas en licitaciones*
- *Poco personal calificado en el mercado local*
- *Tecnología avanzada*
- *Regularizaciones de ministerios enfocados al sector*
- *Poca experiencia en el sector.*

Tabla 5. Amenaza de nuevos competidores

FACTORES	
POSITIVOS	**NEGATIVOS**
1.- PAM fija parámetros de calidad altos para la participación de nuevos competidores. 2.- Acreditación de competidores por especialidades 3.- Los nuevos competidores generalmente no poseen la certificación en Normas ISO y OHSAS no pueden acceder todas las empresas por su elevado costo.	1.- Ingreso de nuevas empresas con precios bajos. 2.- Equipos de trabajo que no cumplen los requisitos

Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

1.2.3. Análisis FODA.

Según (Lopez, 2011) el FODA que es una metodología de estudio que nos ayudará a ver la situación competitiva de la empresa dentro del mercado y las características internas de la misma, a efectos de determinar las fuerzas competitivas como son:

- Debilidades
- Amenazas
- Fortalezas
- Oportunidades.

Esta metodología nos servirá para identificar las estrategias aprovechando las oportunidades externas, contrarrestando las amenazas, acumulando y protegiendo las fortalezas de la de la empresa, y erradicando las debilidades. (W. & R., 2009)

A continuación, en la tabla 6 se muestra el FODA de la empresa Conspeccime Cía. Ltda.

Tabla 6. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. 10 años de experiencia con clientes reconocidos en el país. F2. Alto poder de negociación con proveedores por el volumen de compra de insumos y materiales, con lo que puede beneficiarse al momento de acordar condiciones y tarifas preferenciales. F3. Políticas consistentes relacionadas con SSA, Responsabilidad social, y relación con las comunidades. F4. La empresa cuenta con las certificaciones OHSAS 18001, ISO 14001 e ISO 9001-2015, lo que agrega puntos en las licitaciones. F5. Personal capacitado, calificado y con experiencia en su ámbito de trabajo. F6. El área SGI controla el cumplimiento de los procesos de la empresa en todos los niveles para brindar un mejor servicio a sus clientes, promover la mejora continua y establecer un buen ambiente de trabajo F7. Cumplimiento de obligaciones legales y tributarias. F8. Alta capacidad de negociación por parte de gerencia con los clientes del sector público y privado para la obtención de nuevos proyectos. F9. Liderazgo enfocado en satisfacer las necesidades de las partes interesadas	O1. Apertura de contratantes públicos y privados para calificar a proveedores de servicios. O2: Proyección creciente del sector petrolero. Hubo un crecimiento del PIB al 0,3% en el 2019. En la Balanza Comercial Total se registró un superávit de USD 132.5 millones, que cerró con un déficit de USD -263.5 millones. (La Balanza Comercial Petrolera registró un saldo favorable de USD 3,696.9 millones entre los meses de enero y octubre de 2019). El precio medio del barril de la OPEP en enero ha aumentado hasta 67,43$ en lo que va de enero, los precios del petróleo en el 2022 promediarán unos 57,50 US dólares por barril. O3. La industria petrolera es vital sector para la generación de riquezas del país. A diciembre del 2019 la Tasa de Empleo Adecuado/Pleno es de 38,8%, la Tasa de Subempleo de 17,8%, la Tasa de Otro empleo no pleno es de 28,0% y la Tasa de empleo no remunerado es del 10,9%. O4. Certificaciones especializadas y técnicas en el giro de negocio como *ASME, API, AWS* que abren nuevas oportunidades de negocio. O5. Posibilidad de establecer Alianzas estratégicas con empresas del sector que permitan mejorar los servicios de ingeniería, procura y construcción. O6. Apertura para tecnificar el trabajo y que por medio de esto se reduzca los costos operativos. O7. Procesos de globalización, incluyendo las integraciones y convenios sociopolíticos entre países. O8. Economía dolarizada que facilita las

Tabla 6. (Continuación)

	transacciones con proveedores internacionales.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
D1. Limitado número de personal especializado y calificado en el mercado laboral. D2. No existe una adecuada comunicación entre disciplinas y establecimientos de la empresa (Oficina/ Planta de Producción/ Campo). D3. No existe un Plan de *Marketing* para lograr un mejor posicionamiento y participación en el mercado de la empresa. D4. Deficiencia en la organización en el trabajo (comienzo de nuevos proyectos, coordinación de actividades de las áreas de la empresa, responsabilidades y funciones). D5. Falta de control para la recepción de material para construcción.	A1. Existen gran cantidad de competidores que abastecen a proyectos en el sector público que genera guerra de precios. Existen 158 empresas que brindan servicios petroleros en el Ecuador. A2. Proceso de calificación de proveedores exigente. A3. Riesgo de retraso de trabajos debido a problemas con las Comunidades, tiempos de entrega de materiales de importación, tiempos establecidos por el cliente, cambios de alcance. A4. Cambios en las decisiones políticas del gobierno ecuatoriano con emisión de decretos ejecutivos, de decisiones en sectores estratégicos, de aplicación de leyes y políticas de SSA, etc. A5. Pozos o plataformas concesionadas a empresas del extranjero que no invierten en mano de obra ecuatoriana. A6. Presupuesto referencial del cliente no demuestra la realidad del proyecto. A7. Demora en cambio de materiales en mal estado y los plazos de entrega no se cumplen adecuadamente, lo que retrasa los proyectos.

Fuente: Elaboración propia

Una vez identificadas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se procede a realizar la interrelación del FODA para definir las estrategias institucionales. Estas estrategias son clasificadas en base a su orientación en cada una de las cuatro perspectivas como se muestra a continuación:

Tabla 7. Interrelación del FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Estrategias FO	**Estrategias DO**
OPORTUNIDADES	Conspeccime Cía Ltda. cuenta con un excelente equipo de personal calificado y añadiendo la vasta experiencia del Gerencia dentro del sector petrolero, se puede concluir que el servicio que se ofrece a las operadoras sería más eficiente, facilitando de esta manera el proceso de fidelización con el cliente y afianzando mucho más la relación empresa.	La calificación tan exigente de los proveedores que Conspeccime Cía Ltda. realiza, revalida la seguridad al cliente, ya que las certificaciones y el desarrollo del trabajo se ejecuta bajo los estándares más altos en seguridad y calidad.
	Las políticas actuales del mercado y del Estado ecuatoriano promueven el servicio de ingeniería, procura y construcción para las empresas, en este caso Conspeccime Cía Ltda. cuenta con un reconocimiento favorable dentro del mercado.	Administrar el portafolio de proyectos de forma eficiente como instrumento para toma de decisiones.
	La empresa cuenta con las certificaciones OHSAS 18001, ISO 14001 e ISO 9001-2015, por lo que deben estar al tanto de las actualizaciones de las mismas y tratar de certificarse para poder brindar servicios de calidad.	Aplicar nuevas tecnologías que contribuyan al incremento de la producción.
	La empresa tiene una buena relación y disponibilidad de contactos con los clientes del sector público por parte de los Gerentes, entonces debería aprovechar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con empresas del sector que permitan mejorar los servicios de ingeniería, procura y construcción.	

Tabla 7. (Continuación)

	Estrategias FA	Estrategias DA
AMENAZAS	Las políticas ecuatorianas por tema de costos han preferido contratar servicios de empresas chinas, sin embargo, no se exime que Conspeccime Cía. Ltda. pueda competir ya que su punto fuerte son las alianzas estratégicas, reconocimiento del país, la responsabilidad ambiental y certificada que empresas chinas no poseen.	Se debe crear conciencia en el cliente sobre la importancia de la legalidad y la seguridad en cualquier proceso productivo, más aún en el petrolero y que la imagen de la gestión en caso de alguna falencia perjudica la imagen.
	La empresa cuenta con Políticas consistentes relacionadas con SSA, Responsabilidad social, por lo que no existirá mucho riesgo de retraso de trabajos debido a problemas con las Comunidades.	Elaborar un Plan de *Marketing* para lograr un mejor posicionamiento y participación en el mercado de la empresa ya que existen gran cantidad de competidores que abastecen a proyectos en el sector público que genera guerra de precios.
	Se realizará campañas ecológicas, sociales, ambientales para las comunidades de los campos en donde se trabaja para establecer alianzas con las comunidades e incentivar la lealtad de la marca.	Asegurar el uso racional y eficiente de los recursos en todas las áreas de la Empresa

Fuente: Elaboración propia

2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

2.1. Definición del problema

Conocer las características de la oferta y la demanda en la que participa la empresa Conspeccime Cía. Ltda. dedicada a la prestación de servicios de ingeniería en el sector petrolero.

2.2. Objetivo de la Investigación

- Conocer la percepción de líderes de la empresa acerca del servicio que brinda Conspeccime Cía. Ltda. a sus clientes e identificar las principales cualidades y atributos que la diferencia de los competidores.
- Conocer la opinión de un cliente potencial de la empresa y descubrir los cambios que se deben realizar para conservar a los clientes actuales y lograr un mejor posicionamiento y participación en el mercado.
- Establecer los atributos y cualidades de la competencia.

2.3. Diseño de la Metodología de Investigación

2.3.1. Tipo de Investigación.

Los métodos de investigación que se van a desarrollar en esta investigación de mercados son el método inductivo que parte de fenómenos particulares y se va hacia un marco general, el método deductivo que también se utilizará en esta investigación que parte de un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular. Asimismo, este plan de marketing se desarrollará con métodos de análisis y síntesis que consiste en

descomponer y distinguir los elementos de un todo y revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado para descubrir los distintos elementos que lo componen como las causas y los efectos. Estos métodos se realizaron a través de la recolección y análisis de la información de la empresa Conspeccime Cía. Ltda.

2.3.2. Técnicas de Recolección de Información.

2.3.2.1. Entrevistas.

Se desarrollaron entrevistas estructuradas a los expertos internos de la empresa como: el presidente ejecutivo y el coordinador de control de proyectos y a un experto externo como lo es el principal cliente de la empresa: Petroamazonas EP., con toda esta información se realizó una síntesis del contexto de la organización de forma más específica y a detalle, la recopilación de los resultados nos lleva a enriquecer el desarrollo de acciones de mejora y toma de decisiones. El diseño de la entrevista ejecutada se puede observar en el Anexo A. (Cela, 2016)

Los objetivos principales de la entrevista fueron:

1. Conocer la situación actual del sector petrolero, tanto en lo económico, social, político y legal.
2. Determinar la relación con sus clientes y proveedores.
3. Conocer cuáles son sus principales competidores y que los diferencia de ellos.
4. Determinar los atributos y falencias de Conspeccime Cía. Ltda.
5. Recolectar opiniones que contribuyan a la mejora de Conspeccime Cía. Ltda.

A continuación, se detalla al personal entrevistado:

- **Entrevista a expertos internos**

1. Presidente Ejecutivo: Ing. Carlos Vásquez
2. Encargado de la Planificación y Control de Proyectos: Ing. José Miguel Maza

- **Entrevista a expertos externos:**

1. Cliente principal: Petroamazonas EP. - Coordinadora de Contratos de Gerencia de Proyectos: Catalina Aldáz
2. Funcionario de la empresa: Roberto Castillo

2.4. Levantamiento de Información

En el proceso de recolección de la información se recopilo datos sobre la situación actual de la empresa y el sector petrolero, con la finalidad de establecer debilidades, atributos y determinar oportunidades de mejora.

Las entrevistas realizadas para conseguir la información fueron diseñadas y estructuradas, las preguntas formuladas a los entrevistados fueron en un orden preestablecido y las respuestas fueron grabadas mediante notas de voz, con el consentimiento de los mismos. Las preguntas fueron tanto abiertas como cerradas, además también se obtuvo un mejor control de la entrevista sin que se topen asuntos fuera del contexto y así se pudo obtener mayor precisión en la información y por ende el

análisis de los datos fue más eficiente. Los audios de las entrevistas se encuentran en el Anexo B. (Cela, 2016)

2.5. Procesamiento y Análisis de Datos

Los resultados obtenidos de las dos entrevistas ejecutadas a los líderes de la empresa, mencionados anteriormente fueron los siguientes:

Pregunta Nº1 ¿Cómo mira el negocio petrolero en el país?

-Ing. Carlos Vásquez: El negocio en el sector petrolero no se ve muy optimista por el momento.

-Ing. José Miguel Maza: El negocio petrolero está creciendo y está en auge porque el gobierno asignará presupuestos para mejorar las condiciones en lo que respecta a facilidades de producción y poder obtener muchos más barriles de petróleo, es decir que si habrá proyectos en los cuales se podrá acceder en este año.

Conclusión: El negocio del petróleo por el momento no se lo ve optimista, pero en un futuro estará en auge porque el gobierno invertirá en este sector para obtener más barriles de petróleo.

Pregunta Nº2 ¿El gobierno apoya el sector petrolero en el país?

-Ing. Carlos Vásquez: El gobierno si apoya el sector, sin embargo, al ser un año electoral no existirá inversiones para este sector.

-Ing. José Miguel Maza: El gobierno apoya el sector petrolero con recursos necesarios para el crecimiento y mejora de los campos que se encuentran en este momento en auge y que están produciendo una gran cantidad de crudo, entonces si se ve la intención del gobierno puesto que este es uno de los recursos más importantes que tiene el Ecuador y con el cual nosotros podemos mantener nuestra economía.

Conclusión: El gobierno si apoya el sector petrolero porque uno de los recursos más importantes para el Ecuador es el petróleo, por lo tanto, con la producción de este recurso servirá para financiar el presupuesto del estado y mantener la economía del país.

Pregunta Nº3 ¿La economía del país cómo está para las empresas petroleras?

-Ing. Carlos Vásquez: Tengo entendido que Petroamazonas EP. que es la mayor operadora en el país, no tiene mayores montos de inversión, solo tendrán presupuestos para mantenimiento y operación y las empresas privadas también van hacer los mismo porque el precio de crudo también está a la baja.

-Ing. José Miguel Maza: El gobierno si está invirtiendo en las empresas petroleras, en cuanto a tecnología, mano de obra, etc. lo que nos ayuda a nosotros como empresa a poder seguir desarrollando los proyectos para las mejoras continuas de las facilidades de producción en el sector petrolero.

Conclusión: El gobierno si está invirtiendo para las empresas petroleras en cuanto a tecnología, mano de obra, sin embargo, Petroamazonas que es la mayor operadora en el país no tiene montos para invertir, solo tendrá presupuestos para operación y mantenimiento al igual que algunas empresas más.

Pregunta Nº4 ¿Cree usted que el aspecto social tiene influencia en el desarrollo de la empresa?

-Ing. Carlos Vásquez: Si es un aspecto que ha influenciado y mucho ya que las condiciones laborales del país no son las óptimas y las regulaciones que ha puesto tanto el estado y las empresas petroleras han perjudicado a las empresas prestadoras de servicios para desarrollar cualquier tipo de actividad.

-Ing. José Miguel Maza: Si tiene mucha influencia el aspecto social, muchas de las veces pensamos en el desarrollo de los proyectos, en el aspecto político y dejamos de lado al aspecto social, pero tiene mucha influencia en el sentido de que localmente en la parte de desarrollo de proyectos de ingeniería nosotros estamos contratando gente de la ciudad de Quito, la cual está preparada para desarrollar este tipo de proyectos. Una vez que se inicie los trabajos en campo (Oriente), entonces se contrata al personal de la zona del Oriente, juntamente con la comunidad, la cual también se ve involucrada en estos proyectos.

Conclusión: El aspecto social si se ve influenciado en el desarrollo de las empresas petroleras porque las condiciones laborales no son tan óptimas para laborar, además de eso las regulaciones que ponen el estado y las empresas petroleras han perjudicado a las empresas que prestan servicios para desarrollar cualquier tipo de actividad, sin embargo el lado positivo es que al momento de que las empresas petroleras inician sus trabajos en el campo, es decir en el Oriente, entonces se tiene un acuerdo con la comunidad para contratar personal de la zona y conjuntamente con los trabajadores de la empresa desarrollar de mejor manera los proyectos.

Pregunta Nº5 ¿Ha invertido la empresa en tecnología para mejorar el servicio que ofrece?

-Ing. Carlos Vásquez: Si se ha invertido una buena suma de dinero tanto el año anterior y ahora también se va a realizar una gran inversión.

-Ing. José Miguel Maza: Si han invertido en tecnología en lo que es la adquisición de nuevos equipos para mejor los procesos de producción como son máquinas soldadoras de gran calibre, máquinas roladoras que sirven para doblar material hasta de una pulgada, esos equipos se encuentran en la planta de producción. Nosotros para poder entregar un producto de calidad y a tiempo debemos estar invirtiendo en tecnología y estar actualizados.

Conclusión: La empresa Conspeccime Cía. Ltda. sí ha invertido en tecnología, comprando maquinaria para mejorar los procesos de producción y tienen previsto invertir más en tecnología para ofrecer un servicio de calidad.

Pregunta Nº6 ¿Qué políticas ha afectado a la empresa?

-Ing. Carlos Vásquez: Las paralizaciones de los indígenas que tuvimos en el mes de octubre del 2019 porque tuvimos un grupo de nuestro personal secuestrado por parte de una comunidad en Oriente. Las reformas tributarias también han afectado ya que la empresa se está arriesgando a trabajar en este tipo de negocios y las condiciones financieras de Petroamazonas son bastante críticas y lo mismo con las empresas privadas.

-Ing. José Miguel Maza: El Riesgo País que ha tenido el Ecuador últimamente si ha afectado, podemos tomar como referencia lo que paso hace meses atrás en la primera

semana de octubre del 2019 “La paralización de los indígenas”, por este suceso hubo paralizaciones en algunas estaciones del Oriente, consecuencia de eso el Ecuador tuvo muchas pérdidas en el ámbito petrolero porque se paró la producción, y no solo en ese ámbito sino en todo sector, ya que hubo cierre de calles. Son cuestiones políticas que lastimosamente todo el Ecuador se ve involucrado y afectado.

Conclusión: El riesgo país que ha tenido el Ecuador últimamente ha afectado a la empresa en especial las paralizaciones de los indígenas que se realizó en octubre del 2019, este suceso hizo que las estaciones del Oriente se paralizaran y además un grupo del personal CPM fue secuestrado y por ende se paró la producción teniendo así pérdidas económicas. Las reformas tributarias y las condiciones financieras críticas de Petroamazonas también han afectado a la empresa.

Pregunta Nº7 ¿Cómo está la negociación de con sus proveedores? ¿Cuáles son los proveedores más importantes de la empresa?

-Ing. Carlos Vásquez: Los proveedores no tienen conocimiento o no quieren darse cuenta de la situación económica, ya que quieren pagos cortos o de contado sin saber que como somos prestadores de servicio nosotros financiamos totalmente las obras, así que se realiza una evaluación y selección de proveedores bastante minuciosa, estamos también tratando de importar los materiales y no comprar aquí en el país. Nuestros proveedores más importantes los tenemos en Estados Unidos, en China como ECAL.

-Ing. José Miguel Maza: Tenemos varias microempresas, las cuales nos ayudan con la provisión de servicios eléctricos, mecánicos, en el tema de provisión de materiales, herramientas, todo lo que nosotros vayamos utilizar para la construcción de las facilidades de producción. Sin dejar de lado también el ámbito de Seguridad, también tenemos empresas que nos proveen de equipos de protección personal como son: los

cascos, las botas de seguridad punta de acero, gafas, tapones auditivos, la ropa de trabajo como jeans y camisas, ya que si nosotros tenemos un personal seguro vamos a tener mejores resultados en el trabajo.

Conclusión: Al negociar con los proveedores de CPM estos piden pagos cortos o de contado sin darse cuenta de que la situación de la economía del país no es muy buena, por esto la empresa realiza una evaluación de proveedores para seleccionar a los mejores. La empresa cuenta con proveedores de servicios, materiales, herramientas y equipos de protección para el personal.

Pregunta Nº8 ¿Qué empresa usted conoce que ofrecen un servicio similar al de Conspecime Cía. Ltda.?

-Ing. Carlos Vásquez: Existen como 20 empresas tamaño-medianas, pequeñas y grandes en las empresas grandes tenemos a Sertecpet S.A, Santos Cmi., Procopet S. A., FYI, en las empresas pequeñas tenemos a Ohmelectro Cía Ltda y algunas otras que han aparecido en el mercado.

-Ing. José Miguel Maza: Hay varias empresas que al momento se encuentran también en auge, muchas de estas empresas son colegas como Santos Cmi., Sertecpet S.A, Energypetrol S.A., Tectotal Cía. Ltda. Pil S.A, etc., hay demasiadas empresas en la actualidad que se dedican al desarrollo de proyectos de ingeniería y construcción.

Conclusión: Hay varias empresas que ofrecen servicios similares a Conspeccime Cía. Ltda. entre ellas tenemos Sertecpet S.A, Santos Cmi., Procopet S. A., FYI, Energypetrol S.A., Tectotal Cía. Ltda. Pil S.A, Ohmelectro Cía. Ltda., etc.

Pregunta N º 9 ¿Cuáles considera usted que son sus competidores actuales?

-Ing. Carlos Vásquez: No responde la pregunta.

-Ing. José Miguel Maza: Los competidores actuales de la empresa son Santos Cmi., Sertecpet S.A, son las empresas más fuertes en el sector, estamos compitiendo por la calidad de los proyectos que han sido entregados y por la magnitud del proyecto que se hemos venido desarrollando.

Conclusión: Los competidores actuales de Conspeccime Cía. Ltda. son Santos Cmi., Sertecpet S.A.

Pregunta Nº10 ¿Qué diferencia a Conspecime Cía. Ltda. de otras empresas competidoras?

-Ing. Carlos Vásquez: Nuestro nivel de ingeniería.

-Ing. José Miguel Maza: La empresa tiene varios aspectos que diferencian de la competencia entre ellos está la calidad del trabajo que estamos presentando a los diferentes clientes ya sea en tiempo, en calidad de materiales y el otro aspecto más importante es el trato al personal de la empresa, nosotros tratamos de que la gente se sienta motivada pagándole el sueldo a tiempo, dándoles su equipo de protección, brindándoles capacitaciones y nosotros como empresa tenemos los mejores resultados en el desarrollo de los proyectos.

Conclusión: Lo que diferencia a Conspecime Cía. Ltda. de las otras empresas es la calidad del trabajo que presentan a los clientes ya sea para cubrir el alcance del proyecto en el tiempo establecido, en la calidad de los materiales y en el nivel de ingeniería que tiene la empresa. Otro aspecto que lo diferencia de las empresas competidoras es el trato del personal.

Pregunta Nº11 ¿Cuáles son las características de sus clientes? ¿Cómo es la negociación con sus clientes? ¿Cuáles son sus principales clientes? ¿Por qué cree usted que sus clientes prefieren sus servicios y no de las otras empresas?

-Ing. Carlos Vásquez: El Estado es un abusador, las empresas privadas que piden financiamiento de los proyectos hasta de 180 días.

La negociación con sus clientes directa es decir *be to be*. Los principales clientes son Petroamazonas EP, ahora estamos retomando con Repsol, Orion Energy y estamos en conversaciones con las operadoras de los campos marginales que vienen a invertir en este año.

Cuando logramos ganar un contrato por un precio bajo, los clientes siempre salen satisfechos a nivel de la calidad de los servicios que se realiza o la ingeniería que entregamos que no las tienen otras empresas.

-Ing. José Miguel Maza: Uno de nuestros clientes potenciales es Petroamazonas EP. (PAM), que son exigentes, lo que ellos únicamente desean es que tratemos de cumplir con todos los procedimientos y normas, sean estas nacionales e internacionales para poder evitar cualquier tipo de sanción, otro aspecto que ellos exigen es el cuidado al medio ambiente y también piden un trabajo de calidad y a tiempo.

La negociación con nuestros clientes son directas realizadas por parte de gerencia general en donde se tratan temas de alcance de proyectos, precios, incluso cuando ya se está desarrollando los proyectos existen intervenciones por parte del personal del cliente involucrado en el proyecto como el personal de ingeniería con el que nosotros desarrollamos los proyectos para tratar algunas dudas, llegando así al objetivo en común que tienen las dos partes de poder entregar un trabajo a tiempo.

Los clientes actuales que tiene la empresa son: Petroamazonas EP., que es el principal cliente como ya lo había mencionado anteriormente, Repsol, Schlumberger, Andes Petroleum Ecuador LTD., Ecuaservoil S.A., Belorusneft, Petroecuador EP.

Usted indica que uno de sus clientes potenciales es PAM ¿cómo lograron ser parte de la lista de sus proveedores?

Para poder llegar a ser parte de la lista de proveedores de PAM nosotros tuvimos que proceder a calificarnos, dentro de los documentos que nos pidieron para calificarnos son: la experiencia que haya tenido la empresa mediante cartas o recomendaciones de las otras empresas indicando los trabajos que hemos realizado, los montos que hayamos ejecutado, la calidad del servicio, materiales, también nos pidieron las certificaciones en calidad, seguridad, salud y ambiente. Entonces se presentó todos los papeles solicitados y es así como llegamos a ser parte de los proveedores calificados de PAM.

Nuestros clientes nos prefieren por la alta calidad que nosotros presentamos en los trabajos, satisfacemos las necesidades de los clientes al más alto grado, también tratamos de cumplir con el plazo y con el alcance de los proyectos.

Conclusión: Las características de los clientes de CPM en el caso del Estado son abusadores, por ejemplo, Petroamazonas son exigentes, lo que ellos piden es el cumplimiento con todos los procedimientos y normas, sean estas nacionales e internacionales, además el cuidado al medio ambiente y también un trabajo de calidad y a tiempo.

Los principales clientes de CPM son Petroamazonas EP, ahora están retomando con Repsol, Orion Energy, Schlumberger, Andes Petroleum Ecuador LTD., Ecuaservoil S.A., Belorusneft. Petroecuador EP. Incluso la empresa es proveedor calificado de Petroamazonas.

Los clientes prefieren los servicios de CPM por la alta calidad que presentan en los trabajos, satisfacen las necesidades de los clientes al más alto grado, también tratan de cumplir con el plazo y con el alcance de los proyectos.

Pregunta Nº12 Según su experiencia en el mercado. ¿Cuál es el factor más amenazante para una empresa de servicios petroleros en el mercado local?

-Ing. Carlos Vásquez: Liquidez, otro factor es cuando se prolongan los periodos de financiamientos de las empresas y las reformas tributarias que van a hacer mucho más impositivas.

-Ing. José Miguel Maza: Uno de los factores amenazantes para las empresas petroleras es que el crudo baje de precio, entonces ahí los clientes y las operadoras que se encuentran extrayendo el crudo proceden a paralizar los servicios porque no pueden sustentar en la parte económica.

Conclusión: El factor más amenazante para una empresa petrolera en el mercado local es que el precio del crudo baje y las empresas que extraen petróleo paralicen los servicios por falta de liquidez y otro factor que las reformas tributarias sean exigentes.

Pregunta Nº13 ¿Cuál cree usted que es la principal fortaleza que Conspecime Cía. Ltda.?

-Ing. Carlos Vásquez: Tenemos un personal calificado que tienen bastante experiencia y un reconocimiento a nivel profesional, el personal se siente comprometida con la empresa y cuando ingresa nuevo personal eso transmite.

-Ing. José Miguel Maza: Las fortalezas que tiene CPM es la calidad del servicio que ofrece, que cuenta con un personal calificado para áreas como mecánica, instrumentación y control, civil, procesos y eléctrica y las certificaciones ISO 9001-2015 (Certificación en Calidad), *OHSAS* 18001-2007 (Certificación en Seguridad y Salud Ocupacional) y la ISO 14001-2015 (Certificación Ambiental). El cuidado del personal es muy importante para la empresa ya que antes las jornadas de labores en campo eran 21/7 es decir 21 días laborando y 7 días de descanso, ahora se gestionó con gerencia ya que vieron que para que el trabajador pueda rendir un poco más en su trabajo se redujo la jornada 14/7 es decir 14 días trabajan y 7 días de descanso, entonces con esa jornada hemos visto que el rendimiento del personal en campo es mucho más alto y en ello podemos obtener mejores resultados.

Conclusión: La empresa cuenta con varias fortalezas como son: que la cuenta con personal calificado, con gran experiencia profesional, la calidad del servicio que brinda a sus clientes y que tiene las certificaciones en calidad, ambiente y seguridad y salud ocupacional.

Pregunta Nº14 Dada las circunstancias actuales, los clientes y el mercado. ¿Qué oportunidades de mejora tiene la empresa?

-Ing. Carlos Vásquez: Muy limitadas, pero vamos a seguir invirtiendo para mantenernos en el mercador y poder brindar un servicio de calidad.

-Ing. José Miguel Maza: Ahorita como oportunidad de mejora que tiene la empresa es en la parte de construcción, nosotros estamos tratando de certificarnos en el área de Calidad (ISO 9001-2015) para luego calificarnos con Petroamazonas en el área de construcción. También brindar más capacitaciones al personal.

Conclusión: La empresa quiere calificarse como proveedor en el área de construcción para Petroamazonas y está tratando de certificarse en calidad en construcción porque en la parte de ingeniería ya cuenta con las tres normas: calidad, seguridad y ambiente.

Pregunta Nº15 ¿Cómo la empresa consigue proyectos?

-Ing. Carlos Vásquez: Un medio es participando en concursos a través del portal de compras públicas tratando de ampliar la calificación con otros proveedores que no sean Petroamazonas EP. y a veces con negociaciones directas.

-Ing. José Miguel Maza: La empresa consigue proyectos ya sea directamente por medio de la gerencia en reuniones con los encargados de las operadoras o empresas que se encuentren actualmente en el mercado o también por medio de concursos, licitaciones o través del portal de compras públicas; en el caso del portal se licita, se manda todos los documentos solicitantes y luego ya el cliente o la operadora toma la decisión , realiza las

evaluaciones necesarias y si cumplimos con las expectativas tanto en lo técnico, calidad y precios entonces nos podemos ver beneficiados y ganar esa licitación.

Conclusión: La empresa consigue proyectos participando en concursos a través de un portal de compras públicas, licitaciones o ya sea por medio de gerencia en reuniones con las empresas u operadoras de servicios petroleros, además también por negociaciones directas.

Pregunta Nº16 ¿Cuál considera que es el factor determinante para que una empresa de servicios petroleros gane una licitación?

-Ing. Carlos Vásquez: El factor determinante para que una empresa de servicios petroleros gane una licitación es principalmente el precio.

-Ing. José Miguel Maza: Los factores importantes son tener los documentos al día y legales y también el tiempo en el que se va a desarrollar los proyectos y el precio.

Conclusión: El factor determinante para que una empresa de servicios petroleros gane una licitación es principalmente el precio, además el tiempo en el que se va a desarrollar los proyectos y que la empresa tenga la documentación legal y al día.

Pregunta Nº17 ¿Cómo se maneja el marketing en la empresa?

-Ing. Carlos Vásquez: En una empresa de servicios petroleros no existe marketing solo es cuestión de competencia nada más.

-Ing. José Miguel Maza: Actualmente la empresa se ha preocupado más por la imagen institucional porque están en el proceso de la actualización de la página web, para poder promocionar mejor sus servicios y tener un mejor posicionamiento en el mercado.

Conclusión: La empresa actualmente está tratando de posicionarse en el mercado mediante la actualización de la página web para ofrecer mejor sus servicios, sin embargo, este sector se maneja por competencia mas no por el marketing que tenga la empresa.

Los resultados obtenidos de la entrevista ejecutada a la Coordinadora de Contratos de Gerencia de Proyectos de Petroamazonas fue el siguiente:

Pregunta Nº1 ¿Cómo mira el negocio petrolero en el país?

El petróleo es el que sostiene la economía del país, entonces mientras haya petróleo pienso que no existirá otra fuente importante para sostener los gastos que hace el gobierno ecuatoriano.

Pregunta Nº2 ¿El gobierno apoya el sector petrolero en el país?

Si y no, porque Petroamazonas es una empresa estatal que trabaja con presupuestos asignados por el estado ecuatoriano que muchas veces es insuficiente para todo lo que se requiere, de hecho, es necesario invertir para seguir produciendo porque si se deja de invertir simplemente la producción cae.

Pregunta Nº3 ¿La economía del país cómo esta para las empresas petroleras?

Como lo dije mientras haya petróleo la economía del país se mantendrá, pero si es bastante complejo el manejo presupuestario en cuanto a requerir fondos asignados por el estado, entonces si es un problema no manejarse con el dinero propio de las empresas que podrían comercializar el petróleo.

Pregunta Nº4 ¿Qué es lo que más valoran al momento de elegir empresas ganadoras de las licitaciones?

Principalmente que tenga experiencia en lo que se va a contratar y que tengan un buen precio.

Pregunta Nº5 ¿Cuáles son los aspectos que más les satisfacen al momento de contratar?

Que cumplan con el objetivo de la contratación ya sea en alcance del proyecto, tiempo de desarrollo de los proyectos, en calidad y precio.

Pregunta Nº6 ¿Cuál es su proceso para que una empresa se califique como un proveedor de Petroamazonas?

La calificación de proveedores es un paso importante para que las empresas tengan la capacidad técnica de proveer productos y brindar servicios petroleros requeridos por Petroamazonas EP.

Tengo entendido que para calificarse como proveedor de PAM, la empresa debe de estar constituida por los menos 2 años en el país como empresa y tener experiencia en las categorías que se quiere calificarse, pero esto lo podemos ver más a profundidad en la página web de Petroamazonas EP.

"*El sistema solicita información de la empresa que se requiere para determinar si está dentro de los parámetros que exige Petroamazonas EP a sus proveedores. Y los requisitos básicos son"* (GOB, 2019)*:*

1. *Solicitud de Calificación.*
2. *Poder o Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil.*
3. *Documentación de Constitución, Escritura Pública de Constitución y Estatuto Social.*
4. *Documentación de Constitución, Reformas al Estatuto Social.*
5. *Certificado de Existencia Legal y Cumplimiento de obligaciones vigente, emitido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.*
6. *Lista de socios y accionistas.*
7. *Certificado actualizado y vigente emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) en el que conste que el solicitante se encuentra al día en el pago de sus obligaciones.*
8. *Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI).*
9. *Certificado de No ser contratista incumplido o adjudicatario fallido con el Estado.*
10. *Documentación que demuestre su experiencia en los últimos 5 años para BIENES y últimos 10 años para SERVICIOS.* (GOB, 2019)

Para Proveedores de Bienes:

"Si su registro es como Comercializador: Copia de contratos, facturas, órdenes de compra o actas de entrega - recepción; mínimo 2 documentos de los últimos 5 años por cada categoría de bienes, que evidencien la experiencia en ventas del bien que desea calificar" (GOB, 2019).

"Si su registro es como Distribuidor o Fabricante: A más de la experiencia en ventas deberá presentar copia de certificado de fabricación, representación o distribución de cada una de las marcas/fabricantes Si el documento es emitido en el exterior debe encontrarse traducido al Castellano y apostillado o consularizado" (GOB, 2019).

Para Proveedores de Servicios:

"Copia de contratos, facturas, órdenes de servicio o actas de entrega-recepción; mínimo 2 documentos (de los últimos 10 años) por cada categoría de servicios, que evidencien la experiencia en la prestación del servicio que desea calificar" (GOB, 2019).

Pregunta Nº7 ¿Cuál es el proceso que ustedes realizan para retroalimentar a un cliente?

No se tiene un proceso como tal, pero la satisfacción de nosotros como cliente se mide en la agilidad de suscribir los certificados y actas de entrega a recepción y también un proceso de retroalimentación cuando una empresa comete errores es el tema de No Conformidades.

Pregunta Nº8 ¿Qué opina sobre las características del servicio de que brinda Conspecime Cía. Ltda.?

Es una empresa seria que cumple con los objetivos de los instrumentos contractuales que son suscritos con esta empresa en tiempo precio y calidad.

Pregunta Nº9 ¿Qué fortalezas ha visto en la empresa Conspeccime Cía. Ltda.?

El profesionalismo del personal y las ganas que le ponen al momento de cumplir con lo que se ha contratado, la calidad de los servicios que ofrece la empresa.

Pregunta Nº10 ¿Cuáles son los atributos más importantes que Petroamazonas ha considerado para trabajar con Conspecime Cía. Ltda.?

La experiencia que tiene la empresa, que cuenta con un personal calificado, el precio que ofrece la empresa porque como les digo para ganar una licitación lo más importante es que el precio sea el más bajo, el *know how* de la empresa.

Pregunta Nº11 ¿Qué le recomendaría mejor a la empresa Conspeccime Cía. Ltda.?

Para algunos proyectos contratar personal con un poco más de experiencia, pero solo para ciertas áreas como construcción porque como empresa en el área de ingeniería si tiene un personal calificado.

Los resultados obtenidos de la entrevista ejecutada al funcionario de la empresa para conocer más sobre los clientes actuales de la empresa y los clientes potenciales que podría tener Conspeccime Cía. Ltda.

Pregunta Nº1 ¿Cuáles son los clientes actuales que tiene la empresa?

Petroamazonas EP, Repsol, Belorusneft, Ecuaservoil. Petroecuador EP

Pregunta Nº2. ¿Qué es lo que más exigen los clientes al momento de contratar sus servicios?

Nuestros clientes realizan licitaciones de sus trabajos y por ende nosotros tenemos que cumplir con todos los requisitos mínimos necesarios para ganar la licitación y después de ganar las ofertas técnicas y económicas, lo que nuestros clientes nos exigen es el cumplimiento en el tiempo de entrega del trabajo, que el costo este dentro del precio referencial y también en la calidad de los materiales y el personal que este calificado para los trabajos que se realizaran durante el proyecto para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes al más alto grado.

Empresas privadas como Repsol, Belorusneft, Ecuaservoil tiene un poco más de flexibilidad al momento de desarrollar los proyectos en el sentido de que se puede adelantar trabajos prefabricando desde los exteriores del campo para llegar únicamente armar los equipos, caso que no ocurre en las empresas públicas como es Petroamazonas y Petroecuador, son más rigurosas, más exigentes en el control ya que como son públicos a estas empresas les controla el gobierno y nos exigen tener todos los papeles en regla, cumplir con todos los requisitos y procedimientos que como empresa tienen.

Pregunta Nº3 ¿Cómo califican la satisfacción del cliente al momento culminar sus servicios?

Nosotros podemos saber que el cliente se encuentra satisfecho mediante la entrega del acta de recepción que es un documento en donde se firman las partes es decir los clientes y nosotros indicando que todos los trabajos fueron recibidos conforme a lo que ellos solicitaron incluyendo los pagos por parte del cliente.

Otro modo de saber si nuestro cliente se encuentra satisfecho es a través de una encuesta de satisfacción al cliente en donde tiene un peso cada punto a calificar y del uno al tres califican dependiendo de cómo fue nuestro trabajo durante el proyecto. Hasta el momento hemos tenido calificaciones muy buenas lo que nos ayuda a mejorar como empresa.

Los temas más comunes que nos califican nuestros clientes son:

1. Aplicación de Sanción de Garantías a la Contratista. Nos hacen firmar pólizas de garantía, pólizas de cumplimiento de contrato, pólizas de accidentes.
2. Reportes de Productos no Conformes.
3. Reporte de No Conformidades.
4. Personal: Debemos tener un personal calificado desde la parte de ingeniería hasta el arranque de facilidades para prestar servicios de calidad.
5. Tiempos de Entrega.
6. Provisión de Consumibles: Debemos tener los materiales necesarios para construir porque si no hay provisión de materiales puede retrasar los trabajos y no podemos terminar a tiempo.

7. Índice de Accidentabilidad: Nos hacen llenar matrices de seguridad, donde nos indican índices de riesgos, de accidentabilidad, también contamos con un personal de seguridad, salud y ambiente, quienes se encargan de supervisar los proyectos para que no existan algún tipo de accidente.
8. Logística.
9. Arranque de Facilidades: Es el punto más importante que nos califican nuestros clientes, se refiere a la prueba para que empiece a funcionar los equipos, las pruebas previas o también llamado comisionado o precomisionado de los equipos, donde se deja ya listo los equipos para su funcionamiento y luego se hace el arranque directamente con el cliente, se le enseña a arrancar la planta, se da la capacitación respectiva de su funcionamiento.
10. Tiempo de Respuesta.

Pregunta Nº4 ¿Cuáles cree que serían sus clientes potenciales y porque cree que le escogerían a la empresa para brindar sus servicios?

Los clientes potenciales que podría tener la empresa y están en conversatorios con gerencia pueden ser Andes Petroleum, gran operadora china, Cuyabeno Petro, Orion Energy y Schlumberger, con estas dos últimas empresas ya hemos trabajado pero últimamente no han hecho mejoras en sus campos por eso no hemos realizado proyectos pero con Andes Petrolum que es una operadora de grandes campos en el Oriente somos proveedores calificados y es la empresa con la que ahorita nos encontramos en negociaciones directas para realizar un proyecto.

Nos escogerían a nosotros porque tenemos un personal calificado, por la calidad de nuestros servicios y por la experiencia que hemos tenido durante 10 años.

2.6. Caracterización de la oferta

Existen gran cantidad de competidores que abastecen a proyectos en el sector público que genera guerra de precios. Existen ciento cuarenta y dos empresas en el sector petrolero, 84 empresas de extracción y explotación de crudo y 59 empresas que brindan servicios petroleros en el Ecuador de diferente tamaño ya sean estas grandes, medianas o pequeñas como se puede observar en la tabla 8 y 9. (Ekos Negocios, 2019)

Tabla 8. Empresas de Extracción y Explotación

N.°	Empresas de Extracción y explotación
1	AGIP OIL ECUADOR B. V.
2	AGRICOLA MINERA AGRIMROC S.A.
3	AMODAIMI-OIL COMPANY. LTDA.
4	ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.
5	AREASURVEY DRILLING & RECORDING SERVICIOS PETROLEROS S.A.
6	BIRA BIENES RAICES S. A.
7	BJ SERVICES SWITZERLAND SARL
8	BURLINGTON RESOURCES ORIENTE LIMITED
9	BURSAL S. A.
10	CALIZAS HUAYCO S. A.
11	CAMPO PUMA ORIENTE S.A.
12	CANADA GRANDE LIMITED
13	CANTERAS SAN LUIS S. A.
14	COMPANIA AGROINDUSTRIAL EL CORAZON S. A. AGROCORAZON
15	CONSORCIO GLP ECUADOR
16	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 16
17	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 17
18	CONSORCIO PETROLERO BLOQUE 18
19	CONSORCIO PETROLERO PALANDA -YUCA SUR
20	CONSORCIO PETROSUD PETRORIVA

Tabla 8. (Continuación)

21	CONSORCIO TECNAECUAMEDANITO
22	COPETO CIA. LTDA.
23	CORPORACION DE PROYECTOS EQUINOCCIAL S.A. COPEQ
24	CORPORACION MINERA REY DE ORO CORMIREY S. A.
25	CPTDC CHINA PETROLEUM TECHNOLOGY & DEVELOPMENT CORPORATION ECUADOR S. A.
26	CRS RESOURCES (ECUADOR) LDC
27	ECUAPET ECUATORIANA DE PETROLEOS CIA. LTDA.
28	EDC ECUADOR LTD.
29	ELIPE S.A.
30	ENAP SIPETROL S. A.
31	ENTRIX INC.
32	EXCELMORO S. A.
33	EXPOBONANZA S. A.
34	EXPORTADORA AURIFERA S. A. EXPAUSA
35	GE OIL & GAS ESP DE ECUADOR S. A.
36	GENTE OIL ECUADOR PTE LTD.
37	GOLDEN VALLEY PLANTA S. A.
38	GRANTMINING S. A.
39	HILONG OIL SERVICE & ENGINEERING ECUADOR CIA. LTDA.
40	HOERBIGER DEL ECUADOR S. A.
41	HUBBARD PERFORACIONES CIA. LTDA.
42	KLUANE DRILLING ECUADOR S. A.
43	MINALTA S. A.
44	MINANCA - MINERA NANGUIPA COMPANIA ANONIMA
45	MINEGRENVILLE S. A.
46	MINERA BELORO CIA LTDA.
47	MINERALES DEL ECUADOR MINECSA S. A.
48	MINESADCO S. A.
49	ORENAS S. A.
50	ORIONOIL ER S.A.
51	OROPORTO S. A.

Tabla 8. (Continuación)

52	OVERSEAS PETROLEUM AND INVESTMENT CORPORATION
53	PDVSA ECUADOR S.A.
54	PERENCO ECUADOR LIMITED
55	PETROAMAZONAS
56	PETROBELL INC. GRANTMINING S.A.
57	PETROBELL, INC
58	PETROECUADOR
59	PETROKEM LOGGING SERVICES CIA. LTDA.
60	PETROLEOS DEL PACIFICO S.A. PACIFPETROL
61	PETROLEOS SUD AMERICANOS DEL ECUADOR PETROLAMEREC S. A.
62	PETROORIENTAL S. A.
63	PETRORIVA S. A.
64	PRODUCTOS MINEROS S. A. PRODUMINSA
65	PROMINE CIA. LTDA.
66	QMAXECUADOR S. A.
67	REDPATH ECUADOR CONSTRUCCIONES S. A.
68	REPSOL-YPF ECUADOR S. A.
69	RIO TINTO MINING AND EXPLORATION LIMITED
70	SANDER GEOPHYSICS LIMITED
71	SANDERGEO S. A.
72	SANTA ELENA OIL AND GAS CORP
73	SANTOS CMI
74	SAXON ENERGY SERVICES DEL ECUADOR S. A.
75	SEISMICOORP SERVICE S.A.
76	SERTECPET S. A.
77	SFP DRILLING S.A.
78	SOCIEDAD MINERA LIGA DE ORO S. A. SOMILOR
79	SOCIEDAD MINERA NUEVA ROJAS SOMINUR CIA. LTDA
80	SULTANA DEL CONDOR MINERA S.A. SULCOMI
81	TECNA DEL ECUADOR S.A.
82	TECPECUADOR S. A.
83	TRIPOINT S.A.
84	TUBOSCOPE VETCO INTERNATIONAL INC

Fuente: Ekos Negocios (2019)

Tabla 9. Empresas de Servicios petroleros

N.°	EMPRESAS DE SERVICIOS PETROLEROS
1	B.Y.S. PERFORMANCE THRU ENGINEERING S. A.
2	BAKER HUGHES INTERNATIONAL BRANCHES INC.
3	BAKER HUGHES SERVICES INTERNATIONAL INC
4	BGP ECUADOR CO S. A.
5	BLACK GOLD OILFIELD SERVICES
6	CAMPETROL S.A.
7	CHAMPION TECHNOLOGIES DEL ECUADOR S.A. CHAMPIONTECH
8	CNPC CHUANQING DRILLING ENGINEERING COMPANY LIMITED
9	CONDUTO ECUADOR S. A.
10	CONSTRUCCIONES Y PRESTACIONES PETROLERAS S.A. CPP
11	CORPETROLSA S.A.
12	CYFOIL CIA. LTDA
13	DISMARKLUB S.A.
14	DISPENGAS COMERCIALIZADORA S.A.
15	DISTRIBUCIONES CAROFHER S.A.
16	DYGOIL CONSULTORIA Y SERVICIOS PETROLEROS C.L.
17	ECOGAS S.A.
18	ECUACORRIENTE S. A.
19	ENERMAX S. A.
20	ESP COMPLETION TECHNOLOGIES S.A.
21	EXPODELTA S.A.
22	GEOPETSA SERVICIOS PETROLEROS S.A.
23	HALLIBURTON LATIN AMERICA S.A., LLC.
24	HELMERICH & PAYNE DE ECUADOR INC
25	ICARO SA
26	IMPORTACIONES Y SERVICIOS SURTIMPORT CIA. LTDA.
27	INDUCTROC S. A.
28	INSERPETRO CIA. LTDA.
29	LUBRICANTES INTERNACIONALES S.A. (LUBRISA)
30	MASGAS S.A.
31	MIN OIL S.A.
32	MINGA S.A.

Tabla 9. (Continuación)

33	NABORS DRILLING SERVICES LTD.
34	OCEANOIL S. A
35	OCP ECUADOR
36	PDV ECUADOR S.A.
37	PETREX S.A.
38	PROCOPET PROYECTOS Y CONSTRUCCIONES PETROLERAS S.A.
39	PRODUCTOS DEL PETROLEO S.A PETROPORT
40	SALFORD S.A.
41	SAN ANTONIO SERVICES LTD.
42	SCHLUMBERGER DEL ECUADOR S.A.
43	SCHLUMBERGER SURENCO SA
44	SHAYA ECUADOR S.A.
45	SINOPEC INTERNATIONAL PETROLEUM SERVICE ECUADOR S.A.
46	SMC ECUADOR INC, PACIFPETROL, ANDIPETROLEOS SANTA ELENA OIL AND GAS CORP
47	SOKOLOIL S.A.
48	SOLIPET SA
49	SWANBERG BROTHERS ECUADOR S.A.
50	SWISSOIL DEL ECUADOR S.A. (SWISSOIL)
51	TECPLUS S.A.
52	TIW DE VENEZUELA S.A.
53	TRANSCOMBUSTIBLES DEL AZUAY S. A.
54	TRIBOILGAS CIA. LTDA.
55	TUSCANY INTERNATIONAL DRILLING INC.
56	VEPAMIL S.A.
57	WEATHERFORD SOUTH AMERICA, S. DE R.L.
58	WOOD GROUP DE ECUADOR S.A.
59	WWTSERVICIOS ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA

Fuente: Ekos Negocios (2019)

Los expertos internos de la empresa nos pudieron informar cuál es su competencia directa en la actualidad, son empresas que brindan servicios similares a los de Conspeccime Cía. Ltda. y se pueden observar en la tabla 10:

Tabla 10. Competencia de la empresa

GRANDES EMPRESAS				
Nombre	**Tiempo en el mercado**	**Servicios**	**Certificaciones**	**Ubicación**
Sertecpet S.A.	Es una empresa que se fundó en el año 1990 a raíz de las exigencias de los sectores estratégicos del Ecuador. Llevan más de 28 años enfrentando retos y revolucionando la industria como un ejemplo de perseverancia y excelencia.	Especializada en proveer Soluciones Integrales Energéticas con tecnología de punta a nivel mundial para el sector energético, petrolero y minas, además otras líneas de negocio son la exploración de producción de gas y petróleo, ofrece también proyectos de ingeniería.	Es la única empresa nacional del sector energético que cuenta con un sólido Sistema Integrado de Gestión de Calidad, Ambiente, Salud y Seguridad Ocupacional que la acredita a trabajar bajo normas: ISO 9001, ISO 14001; OHSAS 18001. La norma API Q1 y Q2 del American Petroleum Institute y estampe ASME. Cuenta también con la certificación S2M nacional e internacional que garantiza las buenas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, entre otros; además, estamos adheridos al Pacto Global	Operaciones en • Ecuador: Quito : Av. Eloy Alfaro y José Correa , Quito  • México • Colombia • Perú • Houston • España • Indonesia (Sertecpet S.A , 2019)

Tabla 10. (Continuación)

Santos Cmi	Con más de 40 años de experiencia y una sólida presencia en 18 países, entregan proyectos a tiempo a operadores multinacionales y estatales que buscan cumplir con un cronograma ajustado, bajo códigos y estándares internacionales y siguiendo un diseño integral.	Es una empresa de servicios de construcción con capacidades completas de EPC (Ingeniería, Adquisiciones, Construcción y Comisionamiento) para diseñar y construir plantas termoeléctricas, instalaciones de producción, procesamiento, almacenamiento y distribución de petróleo y gas en América Latina y el Caribe.	Cuenta Sistema Integrado de Gestión de Calidad, Ambiente, Salud y Seguridad Ocupacional que la acredita a trabajar bajo normas: ISO 9001, ISO 14001; OHSAS 18001. SANTOS CMI cree en proyectos bien planificados y bien ejecutados. Por eso invierte en la profesionalización de sus gerentes e ingenieros de proyecto. Siguiendo los lineamientos del PMI (Project Management Institute) la empresa ha promovido la certificación de más de una docena de sus profesionales más experimentados, que han obtenido el título de PMP (Project Management Professional).	SCMI está establecida en 18 países pero mantiene oficinas permanentes en dos de ellos, mientras que maneja oficinas de obra donde ejecuten proyectos. **Oficinas permanentes:** • **Ecuador:** Quito: Av. Eloy Alfaro N30-341 y Av. Amazonas  • **Estados Unidos** (SCMI, 2019)

Tabla 10. (Continuación)

PEQUEÑAS EMPRESAS				
Nombre	**Tiempo en el mercado**	**Servicios**	**Certificaciones**	**Ubicación**
Ohmelectro Cía. Ltda.	Es una empresa que se e fundó en el año 2008, lleva 12 años brindando servicios.	Es una empresa ecuatoriana creada para entregar servicios de ingeniería, construcción y suministros en las áreas Eléctricas, Instrumentación, Electromecánicas y Obras Civiles, de acuerdo a las necesidades y sugerencias del cliente.	OHMELECTRO administra su sistema de gestión de calidad para la ingeniería, procura y construcción de obras de infraestructura eléctrica, instrumentación y civil	**Ecuador** Quito: Catalina Alzad N34-155 y Portugal, Edif. La Recoleta (Ohmelectro Cía Ltda, 2019)
Tectotal Cía. Ltda.	Es una empresa que se e fundó en el año 1994, lleva 26 años brindando servicios.	Es una empresa dedicada a la prestación de servicios de ingeniería, procura, construcción, puesta en marcha y servicios técnicos especializados para la industria en general en las áreas , Mecánica, Eléctrica, I&C, Protección Catódica, y Civil; tiene como objetivo el asegurar un excelente nivel de calidad en todos sus procesos, mediante acciones de mejora continua, desarrollando el talento humano y cumpliendo con la legislación vigente	Tiene la certificación ISO-9001-2015- Sistema de Gestión de Calidad Mantienen un Sistema de Gestión de SSO el cual cumple con la legislación ecuatoriana vigente y con las exigencias de nuestros clientes, implementando además programas que tienen como objetivo el desarrollo de ambiente de trabajo seguro y saludable. Cuenta además con certificaciones en PMP, NACE CP1, CP2, CP3, CP4, CIP1, CIP2, ULTRASONIDO NIVEL 2, entre otras; todos con un alto compromiso con la seguridad y ambiente.	**Ecuador** Quito: Amazonas N38-42 y Villalengua, Edificio Amazonas 100  (TECTOTAL , 2019)

Tabla 10. (Continuación)

FYI Ingeniería y Construcciones	Es un consorcio de empresas ecuatorianas que operan en el país desde el año 2010, Engineering & Construction y Machinery & Equipment son sus primeras empresas con las que ha desarrollado importantes proyectos para empresas de los sectores estratégicos del Ecuador. Con la creación de otras empresas como Camps & Catering, Mining & Service y Foods & Trading, FYI GROUP se constituye en un holding formado por empresas que buscan constantemente altos estándares de calidad, innovaciones tecnológicas y satisfacción al cliente en todos los ámbitos de su operación.	**Engineering & Construction**: ofrece servicios Ingeniería, procura y construcción en las áreas civil, mecánica, eléctrica, instrumentación y control, Ingeniería Electromecánica, **Machinery & Equipment**: Alquiler de maquinaria pesada y equipos para la construcción, minería e industria petrolera. Servicio de logística fluvial, terrestre y aérea. **Mining & Service:** Ejecución de proyectos mineros desde la prospección hasta la comercialización de minerales y metales. Diseño y construcción de facilidades como campamentos, sala de máquinas, carreteras, líneas de tuberías, plantas de beneficio, sala de control para proyectos mineros. **Camps & Catering:** Servicio de catering en locaciones remotas. Campamentos fijos y móviles. **Foods & Trading:** Procesamiento y comercialización de productos agropecuarios. Investigación y desarrollo de nuevas variedades alimenticias.	Cuenta Sistema de Gestión de Calidad, Ambiente, que la acredita a trabajar bajo normas: ISO 9001-2015, ISO 14001-2015.	**Ecuador** Quito: La Niña &, Diego de Almagro.  (FYI, 2019)

Fuente: Sertecpet S.A. (2019), Santos Cmi. (2019), Ohmelectro Cía. Ltda. (2019), Tectotal Cía. Ltda. (2019), FYI (2019)

2.7. Caracterización de la demanda

Para la caracterización del cliente se obtuvo información de una entrevista realizada a un funcionario de la empresa, encargado del Control de Proyectos. Además, se pude obtener la entrevista con el cliente principal de la empresa Petroamazonas EP. Se hizo difícil obtener entrevistas con los demás clientes de Conspeccime Cía. Ltda. por políticas y permisos de las empresas.

Los clientes de Conspeccime Cía. Ltda. son empresas del sector petrolero que requieren servicios "*…para el desarrollo de proyectos de ingeniería conceptual, básica y/o de detalle"*, para la construcción de proyectos de infraestructura y proyectos de construcción de Equipos paquetizados y prefabricados de tubería para plantas industriales, en las especialidades de procesos, eléctrica, civil, mecánica, instrumentación y control (Conspeccime, 2010).

El estímulo de mercado de los clientes para contratar los servicios de Conspeccime Cía. Ltda. es la calidad del servicio que ofrece, además cuenta con un personal calificado para áreas como: mecánica, civil, instrumentación y control, procesos y eléctrica, que tiene las certificaciones ISO 9001-2015 (Certificación en Calidad), *OHSAS* 18001-2007 (Certificación en Seguridad y Salud Ocupacional) y la *ISO* 14001-2015 (Certificación Ambiental). También el cumplimento de los contratos en precio y alcance.

La negociación con sus clientes es directa es decir *be to be* realizadas por parte de gerencia general en donde se tratan temas de alcance de proyectos, precios, incluso cuando ya se está desarrollando los proyectos existen intervenciones por parte del personal del cliente involucrado en el proyecto como el personal de ingeniería con el que se desarrolla los proyectos para tratar algunas dudas, llegando así al objetivo en común que tienen las dos partes de poder entregar un trabajo a tiempo y de calidad.

Para saber si el cliente se encuentra satisfecho se realizan dos actividades, que se consideran las más importantes:

- La entrega del acta de recepción que es un documento en donde se firman las partes es decir los clientes y la empresa indicando que todos los trabajos fueron recibidos conforme a lo que ellos solicitaron incluyendo los pagos por parte del cliente.
- Otro modo de saber si nuestro cliente se encuentra satisfecho es a través de una encuesta de satisfacción al cliente en donde tiene un peso cada punto a calificar y del uno al tres califican dependiendo de cómo fue el trabajo durante el proyecto.

Los principales clientes de la empresa son:

- Petroamazonas EP.: cliente principal de la empresa,
- Ecuaservoil S.A.
- Belorusneft.
- Petroecuador EP
- Schlumberger.
- Repsol.

El principal cliente de Conspeccime Cía. Ltda. es Petroamazonas, uno de los clientes más exigentes, su único afán es que cumplan con todos los procedimientos y normas, sean estos nacionales e internacionales para evitar cualquier tipo de sanción, otro aspecto que exigen es el cuidado al medio ambiente, también se demanda un trabajo de calidad y cumplan con el tiempo establecido del contrato.

La calificación de proveedores es primordial para que las empresas tengan la capacidad técnica de ofrecer productos y brindar servicios petroleros requeridos por Petroamazonas.

Los clientes actuales exigen al momento de contratar nuestros servicios, los siguientes parámetros:

- Cumplimiento en el tiempo de entrega del trabajo.
- El costo este dentro del precio referencial.
- Calidad de los materiales.
- Personal que este calificado para los trabajos.
- Logística buena.
- Arranque de facilidades.

Empresas privadas como Repsol, Belorusneft, Ecuaservoil tiene un poco más de flexibilidad al momento de desarrollar los proyectos en el sentido de que se puede adelantar trabajos prefabricando desde los exteriores del campo para llegar únicamente armar los equipos, caso que no ocurre en las empresas públicas como es Petroamazonas y Petroecuador , son más rigurosas, más exigentes en el control ya que como son públicos a estas empresas les controla el gobierno y les exigen tener todos los papeles en regla, cumplir con todos los requisitos y procedimientos que como empresa tienen.

Los clientes potenciales que podría tener la empresa y están en conversatorios con gerencia pueden ser:

- Andes Petroleum: operadora china de grandes campos en el Oriente en donde la empresa tiene calificación de proveedor y es la empresa con la que ahorita se encuentra en negociaciones directas para realizar un proyecto.
- Cuyabeno Petro.
- Orion Energy.
- Schlumberger.

Estos clientes potenciales lo que buscan es:

- Personal calificado
- Calidad en los servicios
- Precio bajo
- Cuidado del medio ambiente

Demanda cuantificable

Los proyectos que obtiene la empresa CPM son mediante la participante en licitaciones. A continuación, se va a presentar las ventas que se obtuvo de los estados de resultados de la empresa el año 2018 y 2019 de los proyectos de ingeniería y construcción que se ganó en los concursos de participaciones de ofertas públicas y privadas. Cabe recalcar que para sacar el precio promedio por proyecto se dividió las ventas para el número de proyectos de ese año.

Tabla 11. Precio promedio por proyecto 2018-2019

AÑO	PROYECTOS	VENTAS	PRECIO PROMEDIO POR PROYECTO
2018	10	$12.709.872,00	$1.270.987,20
2019	7	$11.045.081,00	$1.577.868,71

Fuente: Elaboración propia

Durante en el año 2018 se obtuvieron 158 ofertas de las cuales en 116 ofertas no se concursó y en 42 ofertas se participó, de estas 42 ofertas, se ganaron 15 proyectos, de estos proyectos 10 eran de ingeniería y construcción y en estos proyectos se facturó en promedio $1.270.927,20. Mientras que en el año 2019 se presentaron 141 ofertas de las cuales en 86 ofertas no se concursó y en 55 ofertas se participó, de estas 55 licitaciones se ganaron 22 proyectos, sin embargo solo se desarrollaron 20 proyectos porque 2 proyectos se suspendieron por parte del cliente. Y de estos 20 proyectos, 7 eran de ingeniería y construcción. Estos proyectos se trabajaron con 4 clientes: Petroamazonas EP, Schlumberger, Ohmelectro Cía Ltda, Belorusneft en conjunto con Ecuaservoil. En estos proyectos en promedio se facturó $ 1.577.868,71.

- **Demanda de Conspeccime Cía. Ltda. del 2019**

D= número de proyectos * precio en promedio

D= 7* 1.577.868,71

D= $11.045.081,00

- **Demanda de la competencia del 2019**

D= número de proyectos * precio en promedio

D= 121* 500.000,00

D= $ 60.500.000,00

Los 121 proyectos son de las ofertas que no concursó la empresa que fueron 86 y las 35 ofertas que no fueron ganadas a pesar de que se concursó, lo que quiere decir que la competencia de CPM ganó estas ofertas. En promedio por cada proyecto se factura $500.000,00.

- **Porcentaje que tiene la empresa de participación en el mercado**

P= Demanda de la empresa/ Demanda de la competencia

P=11.045.081,00/60.500.000,00

P= 18.26%

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.1. Estrategia de Segmentación

Los clientes de Conspeccime Cía. Ltda. son empresas que están la rama petrolera o que se desarrollan en ese ámbito.

Podemos segmentar a los clientes de Conspeccime Cía. Ltda. dependiendo de los servicios que requieren y son los siguientes:

- *Ingeniería: Diseño de ingeniería Conceptual, básica y/o detalle.*
- *Comisionado y puesta en marcha de equipos.*
- *Paquetizacion: Construcción de equipos sobre skid (estructura metálica).*
- *Construcción: Construcción de obras electromecánicas y civiles.* (Conspeccime, 2010)

Los clientes pueden escoger el paquete completo de servicios o cualquier servicio específico, ya sea cualquier servicio que se nombró anteriormente.

Conspeccime Cía. Ltda. puede segmentar a sus clientes dependiendo del sector ya sea este público y privado:

Sector público:

- Petroamazonas EP
- Petroecuador EP

Sector privado

- Ecuaservoil S.A.
- Belorusneft.
- Schlumberger.
- Repsol.
- Otras

Las empresas privadas tienen un poco más de flexibilidad al momento de desarrollar los proyectos, lo que no ocurre en las empresas públicas ya que son más rigurosas y exigentes en el control.

Los clientes de Conspeccime también pueden segmentarse por el modo de negociación con sus clientes estas dos maneras pueden ser por:

- Negociación directa: que lo hacen a través de los contactos por gerencia, en reuniones con los encargados de las operadoras o empresas que se encuentren actualmente en el mercado.

- Licitaciones o concursos: se lo realiza a través del portal de compras públicas; en el caso del portal se licita, se manda todos los documentos solicitantes y luego ya el

cliente o la operadora toma la decisión, realiza las evaluaciones necesarias y si cumple con las expectativas tanto en lo técnico, calidad y precios entonces se agana la licitación.

Otro modo de segmentar a los clientes de la empresa es por el tamaño ya sean estas nacionales e internacionales, grandes o pequeñas empresas y tengan no solo sedes en Quito, sino en otras partes del mundo.

Como conclusión se puede decir que el segmento de mercado meta de la empresa Conspeccime Cía. Ltda. son empresas grandes o pequeñas que se desarrollan en el ámbito petrolero, estas empresas puede ser públicas o privadas, al mismo tiempo estas empresas pueden requerir servicios ya sea en paquete, es decir todos los servicio o un servicio específico, con estos clientes se puede negociar de dos maneras ya sea por negociación directa a través de los contactos de gerencia o por concursos o licitaciones públicas y privadas, además estas empresas pueden ser nacionales e internacionales.

3.2. Posicionamiento

De la entrevista que se realizó a Petroamazonas se pudo recopilar los factores importantes que consideran al momento de trabajar con ellos y los atributos que los diferencian de la competencia:

- Calidad del servicio brindado: que cumpla con los objetivos principales del contrato es decir en calidad de los materiales con sus certificados de calibración que se necesitan para el desarrollo de los proyectos, que se cumpla el alcance y el tiempo de entrega del trabajo.

- Posee las 3 certificaciones: *ISO* 9001-2015 (Certificación en Calidad), *OHSAS* 18001-2007 (Certificación en Seguridad y Salud Ocupacional) y la ISO 14001-2015 (Certificación Ambiental).
- Cuenta con personal calificado para los trabajos.
- El precio debe estar dentro del costo referencial y requerimiento del cliente, preferentemente éste debe de ser inferior.
- Exigen el cuidado al medio ambiente, consiguiendo así un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la disminución de los impactos ambientales.

3.3. Estrategia de Diferenciación

Los clientes prefieren e identifican a los servicios de Conspeccime Cía. Ltda. Ya que cumplen con los siguientes aspectos:

- Brindan servicios completos desde ingeniería hasta construcción de equipos paquetizados o solo pueden brindar un servicio específico.
- Tiene una Responsabilidad Social empresarial en el sentido medioambiental porque previenen la contaminación ambiental preservando los recursos naturales,
- En el sentido comunitario porque generan empleo a los miembros de las comunidades del Oriente, quienes desarrollan trabajos en campo.
- Tiene responsabilidad con sus trabajadores entregando el EPP (Equipo de Protección Personal) para aquellos que se encuentren trabajando en campo y en la planta de producción. (Conspeccime, 2010)
- La alta calidad que presentan en los trabajos.
- Cumplen con el plazo y con el alcance de los proyectos.

- Tiene un personal calificado para las diferentes áreas.
- El costo está dentro del precio referencial.
- La calidad de los materiales con los que trabajan.
- La empresa cuenta con un Sistema de Gestión Integrado: Certificaciones en *OHSAS* 18001 (Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional), *ISO* 14001 (Gestión Ambiental) e *ISO* 9001-2015 (Gestión de Calidad)

3.4. Marketing Mix

3.4.1. Producto/Servicio.

Conspeccime Cía. Ltda brinda una variedad de servicios para el desarrollo de los proyectos de ingeniería y construcción y son los siguientes:

- **INGENIERÍA**

✓ *Ingeniería Básica y de detalle de Proyectos.*

✓ *Ingeniería, Procura y Construcción de Proyectos.*

✓ *Visualización e Ingeniería Conceptual*. (Conspeccime, 2010)



Figura 14. Ingeniería
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **PAQUETIZACIÓN**

- ✓ *Equipos de medición Multifásicos.*
- ✓ *Equipos de hidratación de crudo.*
- ✓ *Tratamiento de gas.*
- ✓ *Tratamiento de agua.*
- ✓ *Tratamiento de agua para recuperación secundaria.*
- ✓ *Sistemas de Calentamiento.* (Conspeccime, 2010)



Figura 15. Paquetización
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **COMISIONADO**

- ✓ *Certificados de completación Mecánica.*
- ✓ *Arranque de equipos sin Carga.*
- ✓ *Puesta en marcha de equipos y plantas.*
- ✓ *Fiscalización.* (Conspeccime, 2010)



Figura 16. Comisionado
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **CONSTRUCCIÓN**

✓ *Obras Civiles.*

✓ *Obras Mecánicas.*

✓ *Trabajos de tubería.*

✓ *Instalaciones eléctricas.*

✓ *Instalaciones de control y comunicaciones.* (Conspeccime, 2010)



Figura 17. Construcción
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

Áreas de ejecución de los proyectos

Conspeccime Cía. Ltda., está en capacidad de desarrollar Proyectos de Ingeniería en cualquiera de sus diferentes fases, es decir, Ingeniería Conceptual, Ingeniería Básica y/o Ingeniería de Detalle, las mismas que pueden ser realizadas individualmente, en una combinación o en su totalidad, de acuerdo a los requerimientos de los Clientes. De igual forma pueden intervenir en la ejecución de los proyectos de ingeniería, una, varias o todas las disciplinas de Ingeniería mencionadas a continuación.

- *Procesos*
- *Mecánica y Tubería*
- *Civil*
- *Electricidad*
- *Instrumentación y Control* (Conspeccime, 2010)

Proceso del Servicio de la Empresa (Ingeniería)

A continuación, se detalla el proceso de Ingeniería de la empresa desde el punto que se recibe la invitación a participar en una licitación ya sea esta pública o privada hasta entregar el producto final que en este caso serían los planos.

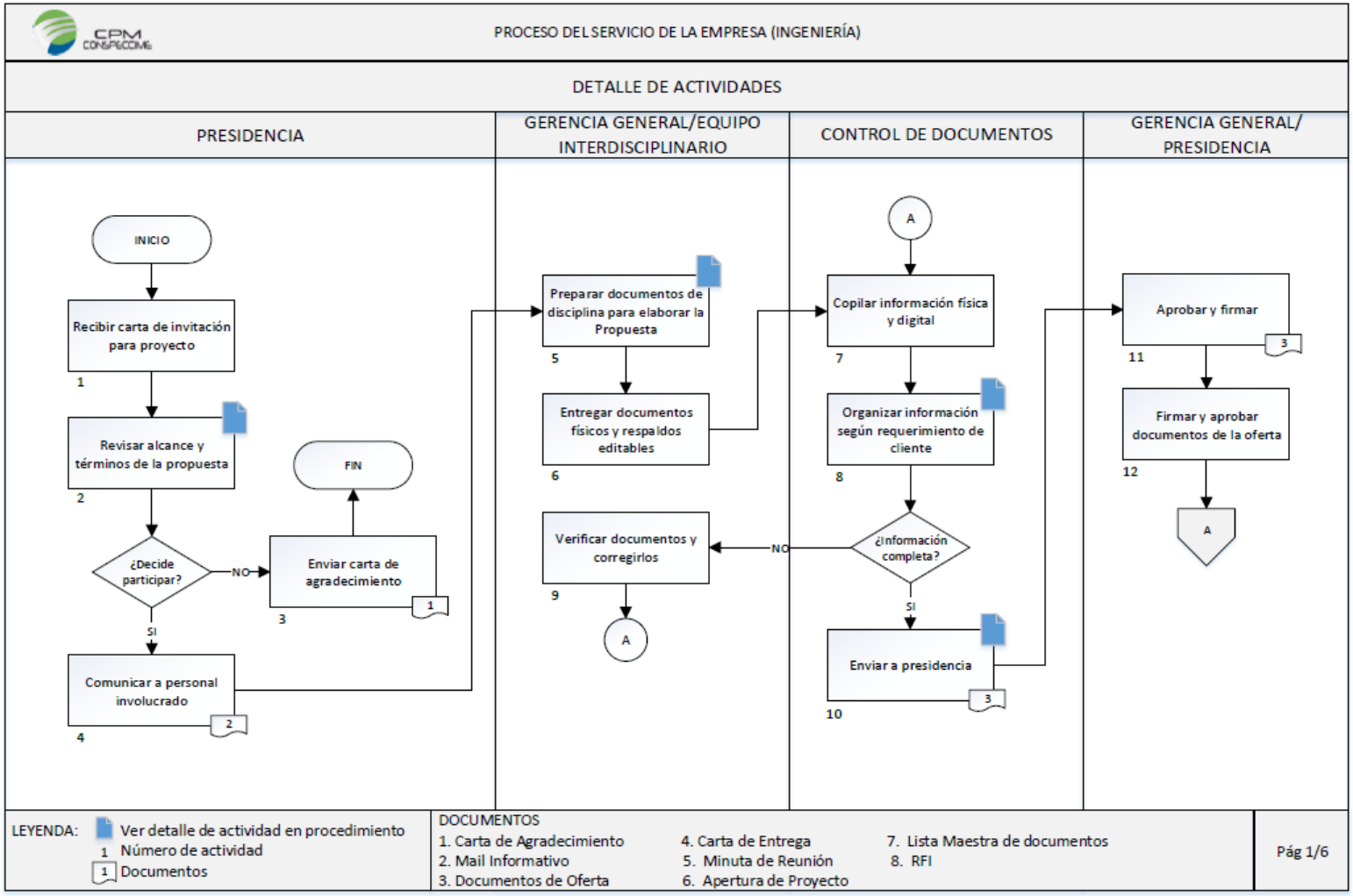


Figura 18. Proceso del Servicio de Ingeniería
Fuente: Elaboración propia

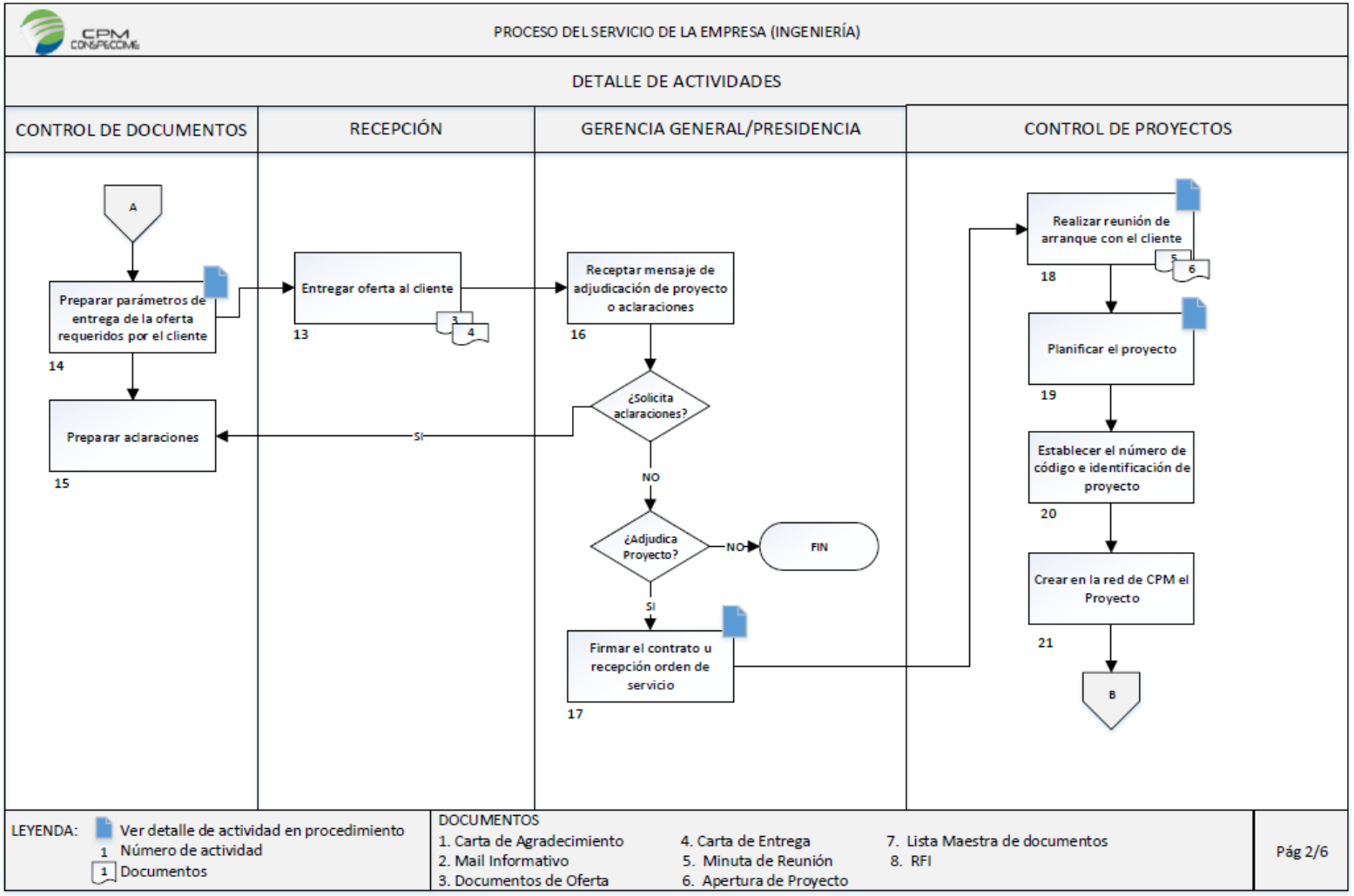


Figura 18. (Continuación)
Fuente: Elaboración propia

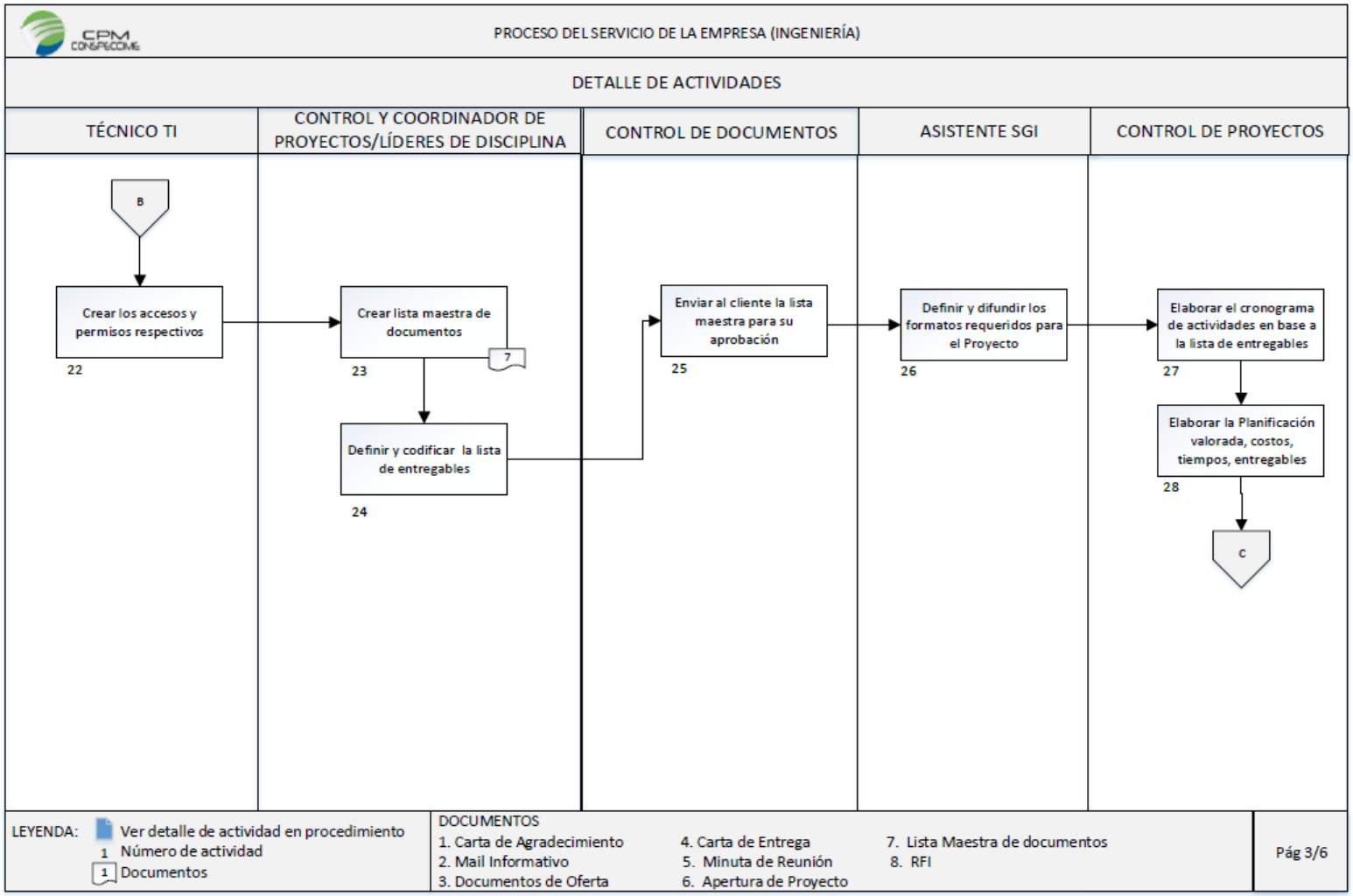


Figura 18. (Continuación)

Fuente: Elaboración propia

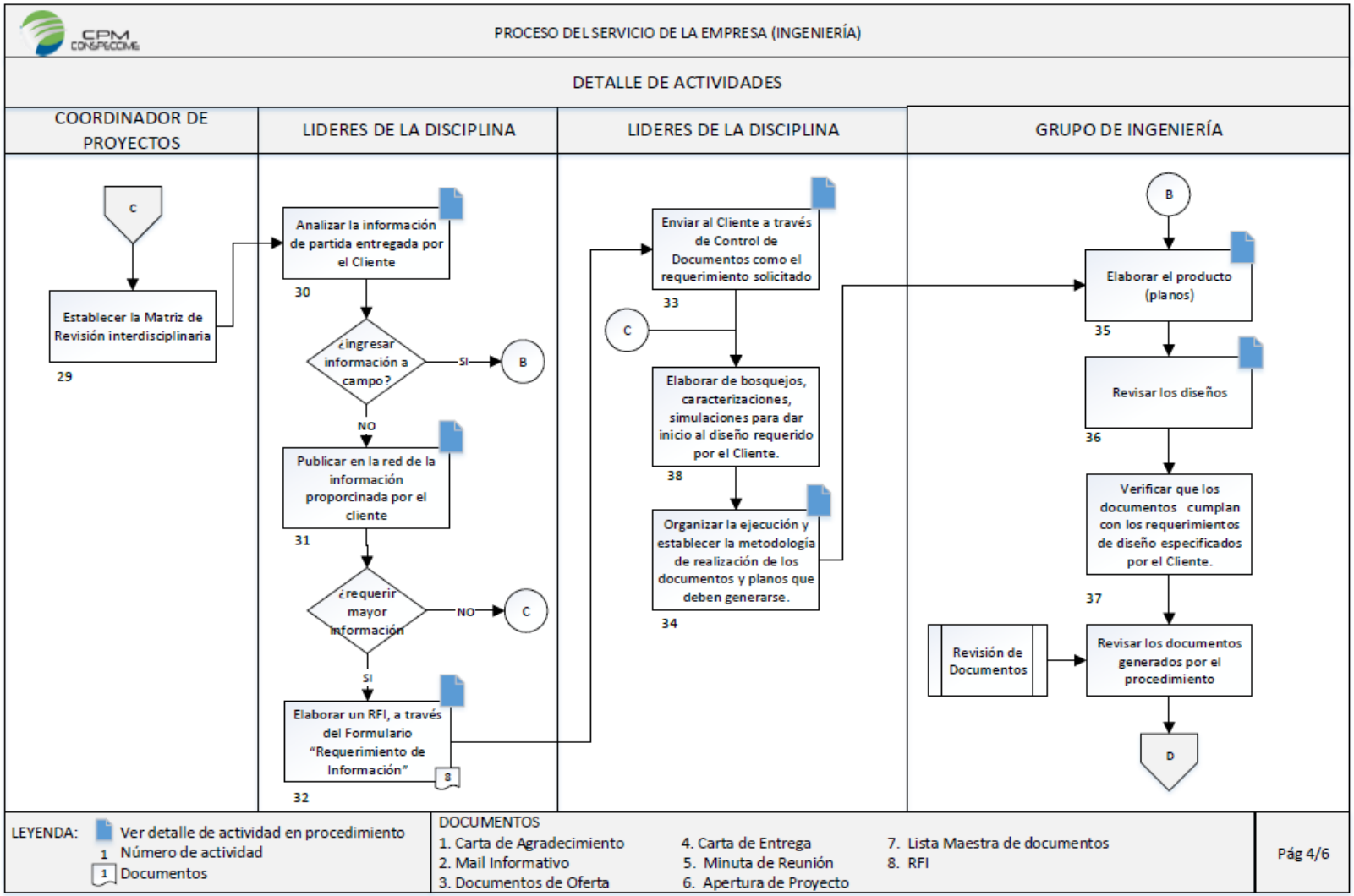


Figura 18. (Continuación)
Fuente: Elaboración propia

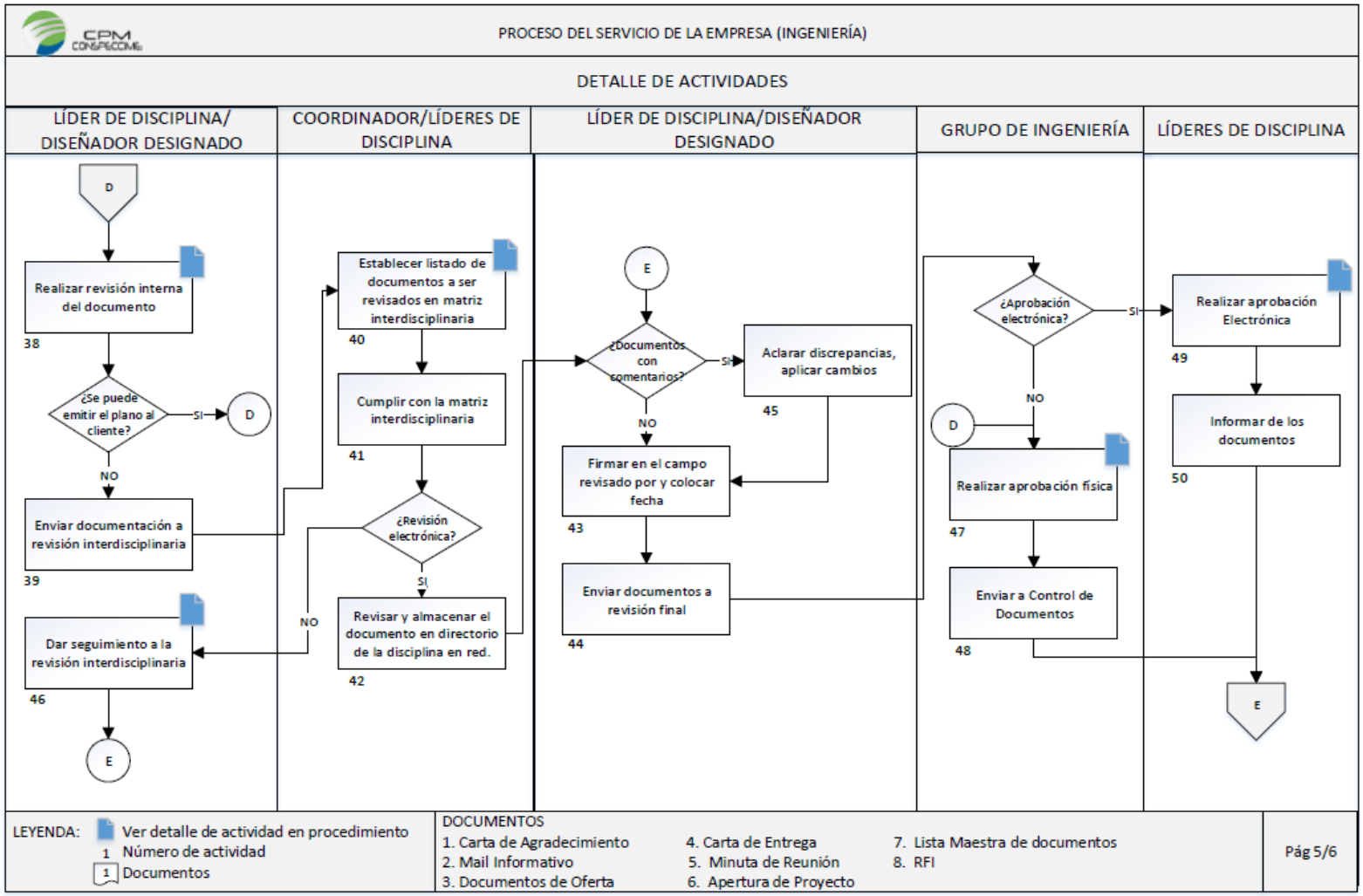


Figura 18. (Continuación)
Fuente: Elaboración propia

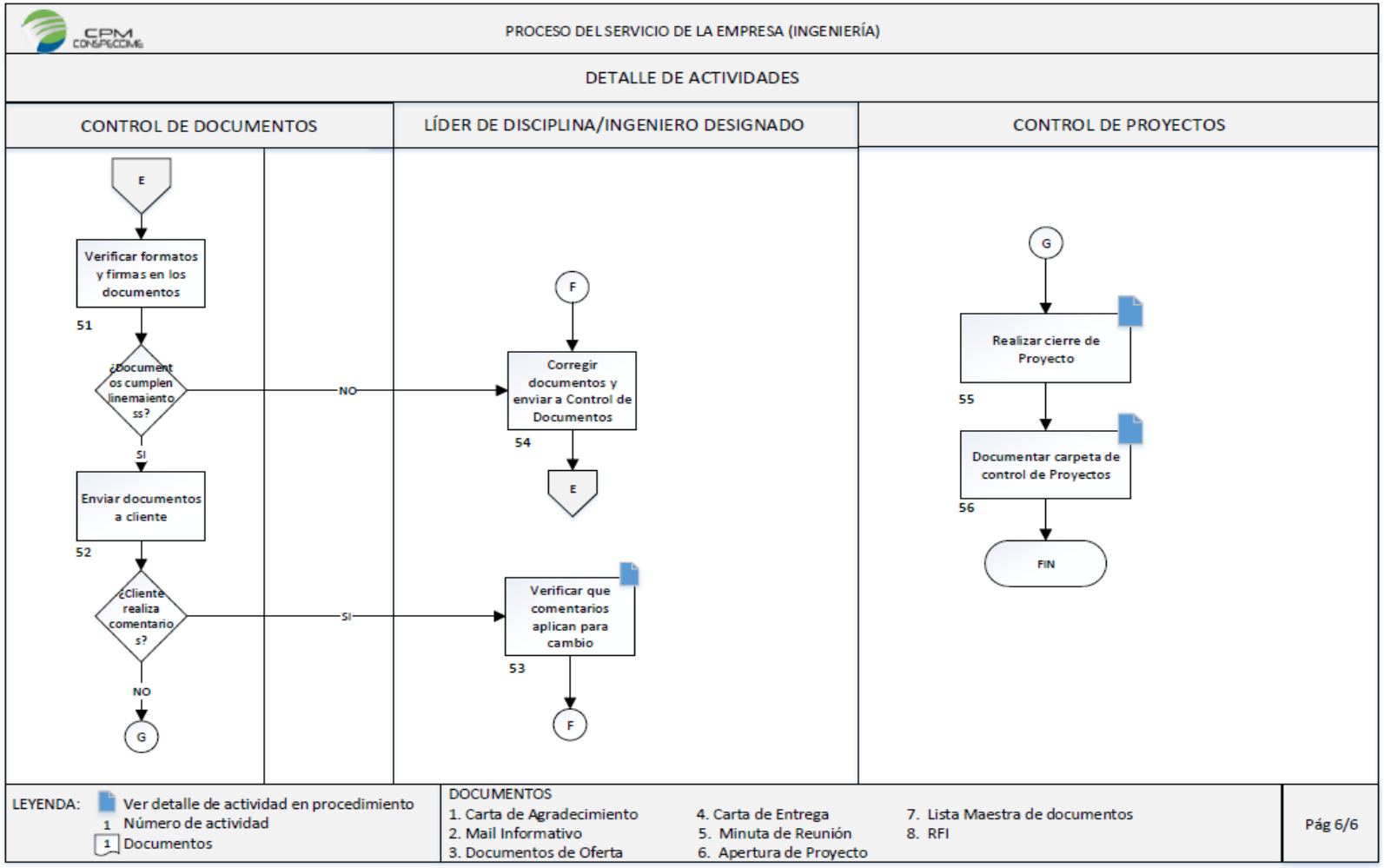


Figura 18. (Continuación)
Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Precio.

La política de precios no lo fija la empresa, todo depende del precio referencial que se coloca en las licitaciones públicas o privadas a las que se presenta la empresa, en base a ese precio el Presidente Ejecutivo de la empresa realiza un histograma con los recursos que se necesita para realizar el trabajo, el personal que se necesita, lo materiales, la logística, el transporte y con ese precio se acopla al precio referencial que el cliente pide, recordando que la licitación con el precio más bajo siempre gana.

3.4.3. Plaza.

La oficina de la empresa se encuentra ubicada en el Ecuador- Quito: Pasaje El Jardín, Av. 6 de diciembre E10-05, Edificio Century Plaza II, Piso 6.



Figura 19. Ubicación de la empresa
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

La empresa realiza los proyectos también en campo en diferentes bloques del Oriente Ecuatoriano y son los siguientes:

Tabla 12. Bloques en los que opera la empresa

Bloque	Nombre	Operadora
12	Eden-Yuturi	Petroamazonas EP
43	ITT	Petroamazonas EP
55	Armadillo	Petroamazonas EP
60	Sacha	Operaciones Rio Napo CEM
57	Shushufindi Libertador	Petroamazonas EP

Fuente: Ministerio de Hidrocarburos (2018)

Tabla 13. Bloques en los que podría operar la empresa

Bloque	Nombre	Operadora
1	Pacoa	Petroamazonas EP
2	Gustavo Galindo	Pacifpetrol
3	Jambeli	Enap Sipetrol S.A.
5	Rodeo	Petroamazonas EP
6	Amistad	Petroamazonas EP
7	Coca-Payamino	Petroamazonas EP
10	Villano	Agip Oil Ecuador B.V.
11	Lumbaqui	Petroamazonas EP
14	Nantu	Petrooriental S.A.
15	Indillana	Petroamazonas EP
16	Iro	Repsol Ecuador S.A.
17	Hormiguero	Petrooriental S.A.
18	Palo Azul	Petroamazonas EP
21	Yuralpa	Petroamazonas EP
28	Bloque 28	PAM-ENAP-BEL
31	Apaika-Nenke	Petroamazonas EP
44	Pucuna	Petroamazonas EP
45	Puma	Consorcio Pegaso
46	MDC	Enap Sipetrol S.A.
47	PBHI	Enap Sipetrol S.A.
48	Punino	Petroamazonas EP
49	Bermejo	Tecpecuador S.A.
50	Charapa	Petroamazonas EP
51	Chanangue	Petroamazonas EP
52	Ocano-Pena Blanca	Orion Energy Ocanopb S.A.
53	Singue	Gente Oil Ecuador Pte. Ltd.
54	Eno-Ron	Orion Oil ER S.A.
56	Lago Agrio	Petroamazonas EP
58	Cuyabeno-Tipishca	Petroamazonas EP

Tabla 13. (Continuación)

59	Vinita	Petroamazonas EP
61	Auca	Petroamazonas EP
62	Tarapoa	Andes Petroleum Ecuador Ltd.
64	Palanda-Yuca Sur	Consorcio Palanda-Yuca Sur
65	Pindo	Consorcio Petrosud-Petroriva
66	Tiguino	Petrobell Inc.
67	Tivacuno	Repsol Ecuador S.A.
74	Bloque 74	Secretaria de Hidrocarburos
75	Bloque 75	Secretaria de Hidrocarburos
79	Bloque 79	Bloques Adjudicados
83	Bloque 83	Bloques Adjudicados

Fuente: Ministerio de Hidrocarburos (2018)

Logística y transporte:

- **MOVILIZACIÓN DE EQUIPOS**

- **Movilización de Carga**

El proceso de transporte de carga desde la planta de producción hacia destino final: bodega del proyecto, inicia con el correcto embalado de la carga a mover realizado por el personal de la planta de producción o el personal que solicite algún envío.

El personal de Planta de Producción (Responsable de Calidad, Jefe de Planta o Bodeguero), solicita al área de logística el tipo de vehículo requerido para mover adecuadamente la carga y notifica día y hora en que el vehículo debe estar en sitio de partida para cargar.

El personal de administración y logística revisa con las empresas de carga locales la disponibilidad de vehículos y coordina la disponibilidad observando lo siguiente:

-Cargas Especiales

Se considera a las cargas sobredimensionadas en tamaño, peso o según el nivel de fragilidad de esta; estas se movilizarán mediante cama baja, cama alta, camión o vehículo especial, que el proveedor del trasporte sugiera como mejor medio de movilización a usar para mover la caga desde bodega central hacia la bodega del cliente o destino final.

Si el movimiento de carga requiere además de transporte fluvial, se coordinará el cupo de gabarra ya sea alquilada por la empresa o suministrada por el cliente final.

El cliente o el proveedor que proporcione el cupo de gabarra garantizará la correcta distribución de peso y espacio en la misma y el cumplimiento de las normas de Seguridad que demande el cliente final y la empresa, para precautelar la integridad de la carga enviada.

-Cargas Generales

Se incluyen los equipos, herramientas, materiales y suministros, que no requieren un tratamiento especial para su transporte, pueden ir en un camión o en una plataforma, pero también deberán empacarse y movilizarse cuidando su integridad.

- **Tipos de Transporte**

Por la naturaleza del proyecto, la empresa usará los siguientes medios de transporte para la Logística de materiales, buscando siempre optimizar los recursos, pero garantizando la provisión oportuna de materiales a campo.

-Transporte Terrestre: Los vehículos que contrata Conspeccime Cía. Ltda. para mover su carga hacia el oriente, son vehículos liberados para ingresar a los bloques petroleros; esto significa que tanto el vehículo como el conductor cumplen con los requisitos que establece cada bloque para permitir su ingreso.

-Transporte Fluvial: Eventualmente la carga se movilizará en botes, canoas o gabarras, dependiendo del tamaño y la urgencia con que se requiera en el destino final; cuidando siempre la seguridad de esta.

-Transporte Aéreo: En casos especiales en los que se precise celeridad o por fragilidad de los equipos o materiales, la empresa podrá hacer uso del servicio de encomiendas de las aerolíneas comerciales locales, en el trayecto Quito – ciudad El Coca. En estos casos el personal de Logística de El Coca recibirá la carga y la hará llegar por el medio más seguro hacia el destino final.

- **Despacho**

Para el despacho de los equipos y materiales el bodeguero debe elaborar la guía de remisión de los elementos que se envían en el transporte y notificar al destinatario final (bodeguero o cliente final). Todo despacho de bodega central se hará previa aprobación del Supervisor de la disciplina, del jefe de la Planta de Producción o su delegado.

- **Entrega en sitio**

El destinatario de la carga en destino final (bodeguero o cliente final) será responsable de recibir la carga y revisar que llegue todo lo detallado en la guía de remisión y reportará cualquier inconsistencia, si las hubiere, tanto a bodega central como al responsable de campo.

El bodeguero informará al Superintendente del proyecto o al usuario encargado de recibir la carga, sobre el arribo y disponibilidad de esta, para que se coordine su destino final.

- **Desmovilización de Equipos**

Los equipos, herramientas, suministros o insumos que correspondan a la planta de producción, o que deben salir para reparación, cambio o reposición, deberán devolverse siguiendo el mismo procedimiento de despacho de carga detallado anteriormente, pero en sentido contrario.

➢ MOVILIZACIÓN DEL PERSONAL

- **Notificación del Personal que Ingresa a Campo**

El coordinador de Proyectos notificará a la Coordinadora Administrativa y Logística el organigrama del proyecto, en el cual se indica las posiciones requeridas para la ejecución de este, con esta información la Coordinadora Administrativa y de Logística procede a la contratación o asignación del personal.

El personal que se transporta a la obra dentro de los bloques petroleros debe obligatoriamente cumplir con los requisitos previos a su ingreso como son: tener al día las dosis vacunas requeridas por el cliente donde va a realizar su trabajo, haber recibido inducción de ingreso al bloque dictada por el cliente; tener ropa de trabajo y el EPP (Equipo de Trabajo y Protección) requerido.

El área de logística revisará el cumplimiento de los requisitos y realizará todos los trámites necesarios para obtener el pase o credencial que faculta o habilita al trabajador para laborar dentro de los bloques petroleros.

Una vez obtenida la credencial o el permiso de ingreso, el departamento de logística procederá a coordinar el viaje de los colaboradores asignados.

- **Movilización de Personal**

La movilización del personal hacia los bloques o lugares de trabajo en el oriente se realizará ya sea por vía terrestre o aérea hasta la ciudad El Coca; según disposición del presidente o Gerente General de la empresa, quienes determinarán y aprobarán el medio a usar, según presupuesto, prioridad, cargo del funcionario, otros.

La Asistente de logística coordinará la entrega de boletos o de los fondos necesarios para la movilización, alimentación, otros; coordinará con logística de El Coca la recepción, movilización interna y posterior ingreso a los sitios de trabajo, usando los medios disponibles como bus, camioneta, bote fluvial, etc.

Cuando el personal sale de campo cumpliendo su jornada o la tarea asignada; para el efecto, el superintendente, administrador de campamento o el propio trabajador, notifica a la asistente logística ya su jefe inmediato la fecha tentativa de salida para que se coordine el cupo de bote hacia la ciudad del Coca, y posteriormente se movilizará hacia Quito o su ciudad de residencia por los medios indicados anteriormente.

3.4.4. Promoción.

La empresa está mejorando su imagen institucional para posicionarse en el mercado, sin embargo, este sector petrolero se maneja por competencia en el servicio, precio y calidad que ofrecen las empresas más no por el *marketing* o promoción que tenga la empresa.

La empresa maneja un *marketing* relacional porque crea y mantiene una relación positiva y de ser posible a largo plazo con sus clientes. Si bien es cierto la empresa concursa en licitaciones, el gerente tiene contactos y hace negociaciones con sus clientes para el desarrollo de los proyectos. La empresa crea una relación de proximidad con sus clientes y partes interesadas. Felicita al cliente en fechas importantes de su vida, como cumpleaños, navidad, etc. Realiza encuestas de satisfacción para saber la opinión y las sugestiones de los clientes para tu empresa.

La empresa tiene varias estrategias para mejorar la imagen institucional de la empresa y son:

- **La actualización de la página web**

Se realiza una actualización de la página web para que sea el centro de la nueva imagen institucional de la empresa, para mejorar la comunicación con los clientes actuales y potenciales y a partir de eso ofrecer de mejor manera los servicios. Es una página *web* dinámica, rápida, tiene un *hosting web* y un diseño virtual. Su link es www.cpm.com.ec.

Cambios en la página web:

- *"El Diseño la página web UX que por sus siglas en inglés (User Experience) se trata de todo aquello que el usuario percibe durante su interacción con el sitio web. A grandes rasgos podemos decir que una buena experiencia de usuario sucede cuando el diseño de la página web resulta útil, usable y atractivo, teniendo importante efecto en la satisfacción y la conexión cliente – marca"*. (Marketeros Agencia, 2019)
- *"El Diseño la página web UI que por sus siglas en inglés (User Interface) que es el resultado de la unión entre la arquitectura de la información (textos), los elementos visuales (imágenes, colores, etc.) y los patrones de interacción (barras, botones, llamados a la acción, etc.)"* (Marketeros Agencia, 2019)
- Intranet
- Traducción de inglés a español

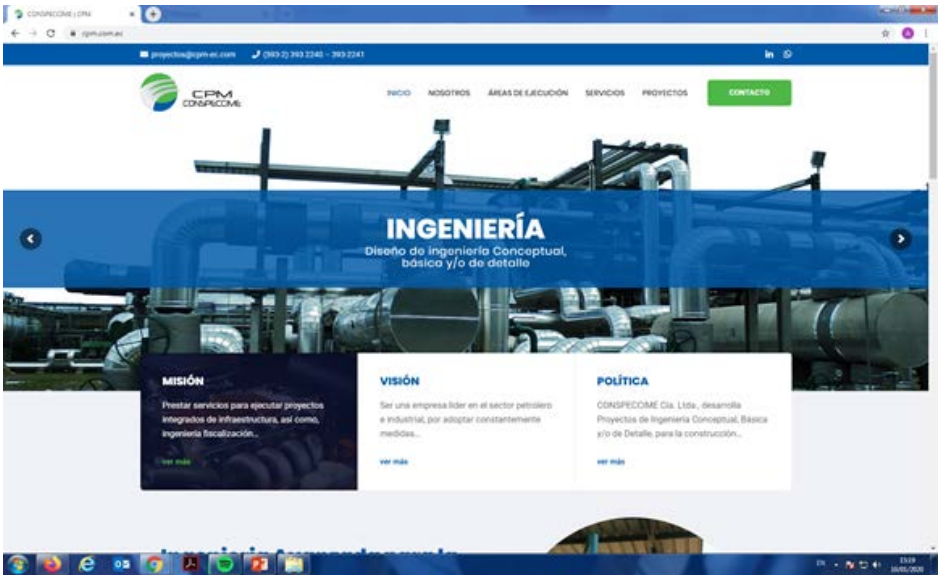


Figura 20. Página Web
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

Para posicionar la página *web* existen dos tipos de alcances: un alcance con costo y el alcance orgánico que es el gratuito. La empresa decidió hacer un alcance orgánico, programando en la computadora de cada empleado, que al entrar al *google* le permita abra directamente el link de la página, generando así cuarenta visitas diarias y así en tres meses se logró que la página este posicionada. Actualmente si se buscas en un navegador "Conspeccime" la página se obtiene en la primera hoja, como primera opción y en la parte derecha podemos observar la información de la empresa como se puede observar en la figura 21.

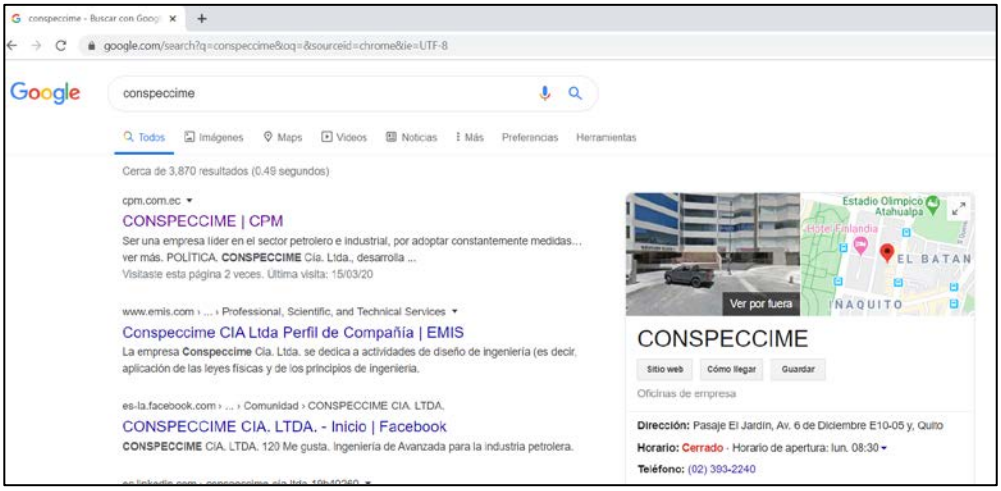


Figura 21. Posicionamiento de la Página web.
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **CRM (*Customer relationship management*) Plus**

Como hemos dicho en la empresa Conspeccime Cía Ltda la negociación con sus clientes es *be to be* es decir es una negociación directa con el cliente, entonces se necesita un CRM que nos permita conocer a nuestro cliente, necesidades, tener un contacto directo.

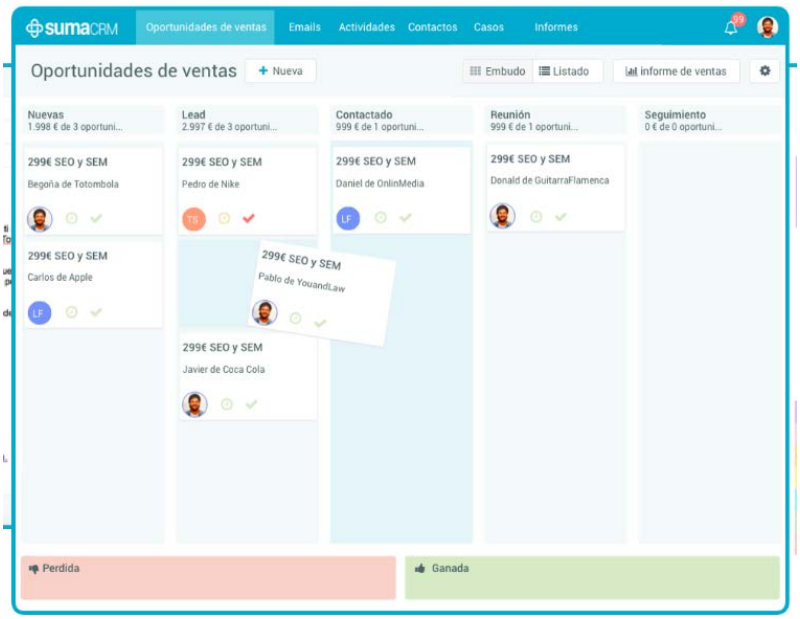


Figura 22. Suma CRM
Fuente: Suma CRM (2019)

- **Creación del LinkedIn**

Se crea un *Linkedin* para hacer conciencia de la Responsabilidad Social Corporativa para los proveedores y partes interesadas de la empresa con el fin de mejorar la reputación de la marca e imagen de la empresa transmitiendo así honestidad, transparencia y ética en el entorno social y medio ambiental.

Se comparte información y contenido relacionado a la seguridad y salud ocupacional de los trabajadores, ambiente, calidad a través de videos, fotos, infografías.

También en esta red profesional se realiza anuncios de bolsa de empleos. Para ellos se contrata un *LikedIn Premium "Recruiter"* para enfocarse encontrar candidatos calificados y potenciales para la empresa. Este *LikedIn* busca un nivel de perfil medio-alto que le facilita el proceso de selección a recursos humanos.



Figura 23. Linkedin
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **Video Corporativo**

Se realiza un video corporativo para los proveedores que visiten la empresa y la planta de producción, también para los nuevos trabajadores de la empresa. En este video incluye la filosofía de la organización Conspeccime Cía Ltda. es decir las normas de seguridad: Plan de Emergencias, las normas ambientales los servicios que ofrecemos y los valores y política del Sistemas de Gestión Integrado. Se tiene un prototipo de video que se encuentra en Anexo C.

- **Fondos de pantalla**

Se va a crear fondos de pantalla para estandarizar la imagen y unir a todas las partes de la empresa: oficina, planta de producción y campo.

Estos fondos de pantalla se van a realizar por el Administrador del Sistema de Gestión Integrado con ayuda del Coordinador de Tecnologías de la Información, tendrán contenido útil para los empleados. Tienen esos fondos de pantalla toda la empresa y se va a ir cambiando trimestralmente.

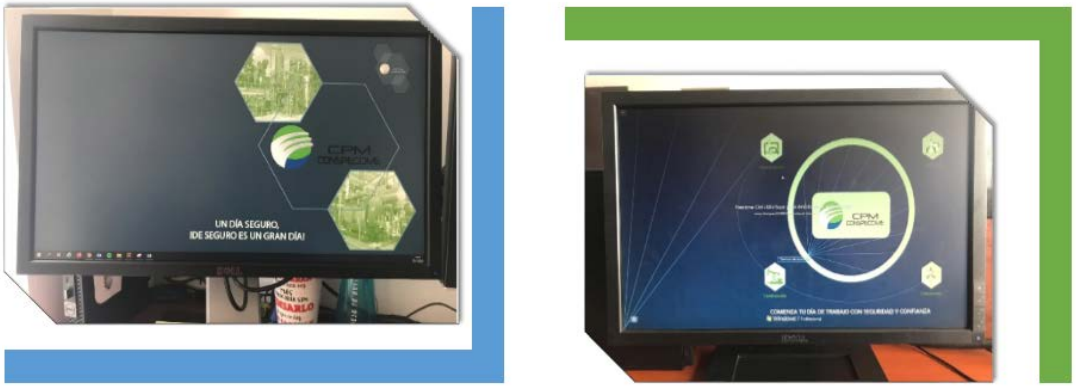


Figura 24. Fondos de pantalla
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **Agendas y esferos y EPP (Equipo de Protección personal con el logo de la empresa)**

Las agendas serán ecológicas con el logo de la empresa y los esferos publicitarios serán entregados tanto para a clientes actuales y potenciales como al personal de la empresa para tener una buena imagen de la empresa. El Equipo de Protección personal con el logo de la empresa hace que el personal tenga un sentimiento de pertenencia a la organización, además también ayudara a posicionar la marca de la empresa y que pueda ser reconocido a primera vista con sus clientes. Será entregado al personal que lo necesite, es decir los colaboradores de la planta de producción y campo. Será un bordado de los logos en las camisas y pantalones de trabajo y en los cascos son *stickers.*



Figura 25. Agendas y esferos CPM
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)



Figura 26. Equipo de Protección Personal de CPM
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- **Chompas corporativas CPM**

Se va entregar chompas a todo el personal de CPM con el logo que lo identifica, para dar más presencia a la empresa de tal manera que nuestros clientes, proveedores, todas las partes interesadas asocien los servicios con el logo de la empresa.



Figura 27. Chompas corporativas de CPM
Fuente: Conspeccime Cía. Ltda. (2019)

- ***Sponsoring***

El sponsoring es una acción de marketing llevada a cabo para promover la venta del producto, así como los valores que la marca transmite, y así asociar los valores, imágenes de marca y generar movimiento a dicha acción de sponsoring. Es una herramienta de comunicación que le permite relacionar una marca, producto o empresa con un evento atrayente. (Rodríguez, 2013).

En el caso de Conspeccime Cía Ltda se quiere realizar campañas ecológicas, campañas sociales, campañas ambientales para las comunidades de los campos en donde se trabaja para establecer alianzas con las comunidades e incentivar la lealtad de la marca de la empresa para lo cual se utiliza roll up banners, diseño de piezas publicitarias.

Conclusión: Con la aplicación de estas estrategias mencionadas anteriormente se pretende aumentar un proyecto más para los años 2020, 2021 y 2022 que se explica en el capítulo IV.

4. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS

4.1. Presupuesto

Para las estrategias que se mencionaron en el capítulo III se realizó un presupuesto con los precios referenciales del mercado. Las cotizaciones se encuentran en el Anexo D, Anexo E, Anexo F, Anexo G y Anexo H. Se plantea que la organización tenga un presupuesto de $14.108,70 para el año 2020, cabe recalcar que estos precios están en función del medio año, el mismo que está detallado a continuación:

Tabla 14. Presupuesto para la propuesta año 2020

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Actualización de la pagina web	1	$ 1.680,00	$ 1.680,00
Video Corporativo	1	$ 750,00	$ 750,00
Agendas Corporativas Ecológicas	200	$ 4,60	$ 920,00
Esferos Corporativos	500	$ 1,00	$ 500,00
CRM Suma (Personalizado)(cada mes)	6	$ 250,00	$ 1.500,00
Linkedin Premium Recruiter (cada mes)	6	$ 90,00	$ 540,00
Camisas EPP (logo)	200	$ 0,80	$ 160,00
Pantalones EPP (logo)	200	$ 3,20	$ 640,00
Cascos EPP (logo)	200	$ 0,60	$ 120,00
Chompas corporativas	75	$ 28,50	$ 2.137,50
Roll up banners	4	$ 52,80	$ 211,20
Agencia Digital (Campañas)	3	$ 1.650,00	$ 4.950,00
TOTAL			$ 14.108,70

Fuente: Elaboración propia

Para los años 2021 y 2022 se tomó en cuenta todo el año, y se destina un presupuesto de $16.148,70.

Tabla 15. Presupuesto para la propuesta año 2021 y 2022

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Actualización de la pagina web	1	$ 1.680,00	$ 1.680,00
Video Corporativo	1	$ 750,00	$ 750,00
Agendas Corporativas Ecológicas	200	$ 4,60	$ 920,00
Esferos Corporativos	500	$ 1,00	$ 500,00
CRM Suma (Personalizado)(cada mes)	12	$ 250,00	$ 3.000,00
Likedin Premium Recruiter (cada mes)	12	$ 90,00	$ 1.080,00
Camisas EPP (logo)	200	$ 0,80	$ 160,00
Pantalones EPP (logo)	200	$ 3,20	$ 640,00
Cascos EPP (logo)	200	$ 0,60	$ 120,00
Chompas corporativas	75	$ 28,50	$ 2.137,50
Roll up banners	4	$ 52,80	$ 211,20
Agencia Digital (Campañas)	3	$ 1.650,00	$ 4.950,00
TOTAL			$ 16.148,70

Fuente: Elaboración propia

4.2. Cronograma

A continuación, se observa un cronograma de estrategias del Plan de *Marketing* que se aplicarán para Conspeccime Cía. Ltda.:

Tabla 16. Cronograma de Implementación del Plan de *Marketing*

CRONOGRAMA	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Actividades																								
Actualización de la pagina web																								
Video Corporativo																								
Agendas Corporativas Ecológicas																								
Esferos Corporativos																								
CRM Suma (Personalizado)																								
Likedin Premium Recruiter																								
Camisas EPP (logo)																								
Pantalones EPP (logo)																								
Cascos EPP (logo)																								
Chompas corporativas																								
Roll up banners																								
Agencia Digital (Campañas)																								

Fuente: Elaboración propia

4.3. Análisis Costo-Beneficio

Los beneficios monetarios que la empresa espera tener después de la implementación del plan de marketing se ven reflejado en la maximización de la utilidad aumentando un proyecto más por año como se mencionó en el capítulo anterior.

Para este análisis costo -beneficio se tomó en cuenta los Estados de Resultados de los años 2016 al 2019 con los ingresos y gastos detallados que se encuentran en el Anexo I y Anexo J.

Ingresos

Los ingresos de la empresa Conspeccime Cita Ltda. se dividen en ventas del 12% que son las ventas con factura, es decir los servicios que tuvieron orden de servicio y se le entregó al cliente la factura, y el ingreso provisionado es cuando la empresa ha prestado el servicio pero los mismos aún no han sido facturados, es el valor en proporción al avance del proyecto, aunque el proyecto no esté terminado la empresa debe reconocer esos ingresos y costos en el periodo que se incurre y no es facturado porque el cliente te solicita que se facture cuando se haya terminado la obra al 100%.

Como sabemos la empresa brinda servicios de ingeniería y construcción sabiendo esto podemos decir que los ingresos de los años 2016 al 2018 pertenecen únicamente a ventas que se obtuvo de los servicios de ingeniería que brinda la empresa y en el año 2019 los ingresos pertenecen a ventas de proyectos de construcción que equivale más o menos a un 10% del total de ventas y el 90% son ventas de los servicios de ingeniería. Cabe destacar que no se puede obtener el valor exacto de las ventas de los servicios de ingeniería y el valor de las ventas por servicios de construcción por separado cuando son proyectos paquetizados es decir los servicios de ingeniería y construcción en conjunto.

A continuación, en la tabla 17 se detalla los ingresos de los años 2016 al 2019.

Tabla 17. Ingresos detallados de los años 2016 al 2019.

Ingresos	AÑOS			
	2016	2017	2018	2019
Ventas del 12%	$ 5.103.410	$ 4.858.703	$ 12.709.872	$ 11.045.081
Ingreso Provisionado	$ 2.801.872	$ 1.926.815	$ 147.951	$ 2.174
Ventas Totales	**$ 7.905.282**	**$ 6.785.518**	**$ 12.857.823**	**$ 11.047.255**

Fuente: Elaboración propia

A continuación, en la tabla 18 se mostrará que los ingresos que tienen más peso son las ventas del 12%:

Tabla 18. Ponderación de Ingresos 2019

INGRESOS 2019	
TOTAL DE INGRESOS	100%
Ventas del 12%	99,98%
Ingreso Provisionado	0,02%

Fuente: Elaboración propia

Egresos

En los egresos que tiene la empresa están los gastos del personal, servicios profesionales, gastos varios, depreciación y amortización, suministros, arrendamientos, gastos de gestión, transporte, seguros y reseguros e impuestos. Cabe recalcar que todos estos gastos están atados a las ventas de la empresa con excepción de los gastos de amortización, depreciación que esos dependen del año de uso.

Cabe destacar que la empresa cuenta con personal fijo como son: gerencia, personal administrativo, control de proyectos, personal de ingeniería y en caso de proyectos de construcción la empresa contrata el personal que se necesita en el tiempo que dura el proyecto de ahí los gastos por servicios profesionales.

A continuación, en la tabla 19 se detallan los gastos de los años del 2016 al año 2019.

Tabla 19. Gastos detallados de los años 2016 al 2019

Gastos	AÑOS			
	2016	2017	2018	2019
Gastos de personal	$ 284.608	$ 111.811	$ 641.149	$ 38.827
Servicios Profesionales	$ 7.983	$ 68.902	$ 44.354	$ 177.430
Gastos varios	$ 122.224	$ 196.572	$ 261.951	$ 258.263
Depreciación y Amortización	$ 79.365	$ 75.458	$ 76.020	$ 110.128
Suministros	$ 39.248	$ 32.324	$ 139.440	$ 307.278
Arrendamientos	$ 100.616	$ 382.859	$ 409.931	$ 148.793
Gastos de gestión	$ 47.822	$ 18.199	$ 35.284	$ 226.369
Transporte	$ 186.634	$ 193.168	$ 702.235	$ 615.414
Seguros y reseguros	$ 119.577	$ 40.651	$ 74.861	$ 71.397
Impuestos	$ 92.580	$ 58.542	$ 128.199	$ 22.331
Gastos Totales	**$ 1.080.657**	**$ 1.178.486**	**$ 2.513.424**	**$ 1.976.229**

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 20 se puede observar que los egresos que más pesan son los de transporte con un porcentaje del 31.14% que equivale a $ 615.413 esto quiere decir el transporte de carga o el transporte del personal a campo, seguido de este porcentaje tenemos los suministros con un porcentaje de 15.55% que equivale al $307.278.

Tabla 20. Ponderación de Egresos 2019

EGRESOS 2019	
TOTAL, DE EGRESOS	**100%**
Gastos de personal	1,96%
Servicios Profesionales	8,98%
Gastos varios	13,07%
Depreciación y Amortización	5,57%
Suministros	15,55%
Arrendamientos	7,53%
Gastos de gestión	11,45%
Transporte	31,14%
Seguros y reseguros	3,61%
Impuestos	1,13%

Fuente: Elaboración propia

Evaluación sin la Implementación de la Propuesta.

Para ver qué sucede con la empresa se va a realizar proyecciones de los ingresos y gastos de los estados de resultados para tres años: 2020, 2021,2022.

Para la proyección de los ingresos se hizo el análisis de las ventas del 12% y de los ingresos provisionados. Para las ventas del 12 % se tomó en cuenta el número de proyectos de los años 2016 al 2019, estos datos fueron sacados de un histórico de la empresa, en donde se detallan los proyectos que tiene la empresa y también se tomó en cuenta el precio promedio por proyecto que fue calculado de la siguiente manera: **Ventas del año dividido para los números de proyectos que hubo en ese año.**

El área de proyectos manifiesta que para el primer semestre del 2020 tenían tres proyectos finiquitados y visualizaba tener dos proyectos más por la situación que estaba atravesando el país, es decir la baja del petróleo por la pandemia, en total sería cinco proyectos para el año 2020 y para los años del 2021 y 2022 según estadísticas y los expertos en el tema el petróleo mantendría su curso normal por lo que se tendría un proyecto más en comparación del anterior año, es decir seis proyectos para el año 2021 y siete proyectos para el año 2022.

Los precios promedios por cada proyecto de los tres años: 2020, 2021 y 2022 se calcularon haciendo un promedio móvil de los 4 años anteriores. Teniendo el numero los proyectos y su precio promedio se prosiguió a realizar la proyección de las ventas que fueron calculadas de la siguiente manera: **número de proyectos por el precio promedio por proyecto.** A continuación, se presenta la tabla de las proyecciones de proyectos, ventas y precio promedio para los años 2020, 2021 y 2022.

Tabla 21. Proyecciones de proyectos, ventas y precio promedio por proyecto para los años 2020 al 2022 sin la implementación

AÑO	PROYECTOS	VENTAS	PRECIO PROMEDIO POR PROYECTO
2016	8	$5.103.410,00	$637.926,25
2017	4	$4.858.703,00	$1.214.675,75
2018	10	$12.709.872,00	$1.270.987,20
2019	7	$11.045.081,00	$1.577.868,71
2020	5	$5.876.822,39	$1.175.364,48
2021	6	$7.858.344,21	$1.309.724,04
2022	7	$9.334.402,75	$1.333.486,11

Fuente: Elaboración propia

Para la proyección de los ingresos provisionados se tomó en cuenta el porcentaje de crecimiento de las ventas del 12% con respecto al año anterior, ya que estos ingresos están relacionados a estas ventas, como se mencionó anteriormente es un valor de la orden de servicio que se ejecutó en el año, pero no se facturó. Este porcentaje se lo calculó de

la siguiente manera: **las ventas del año en curso dividido para (las ventas del año anterior menos 1)**.

Entonces para obtener los ingresos provisionados de los años 2020, 2021 y 2022 se calculó de la siguiente manera: **Ventas del año anterior por (el porcentaje de crecimiento +1).** En la tabla se muestra los porcentajes para los años 2020, 2021 y 2022.

Tabla 22. Porcentaje de crecimiento de las ventas del 12% para los años 2020 al 2022 sin la implementación.

2020	2021	2022
-46,79%	33,72%	18,78%

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, para calcular los egresos se consideró los mismos porcentajes de crecimiento que se tomó para los ingresos provisionados con excepción de los gastos de depreciación y amortización que se calculó haciendo un promedio móvil de cuatro años.

En la tabla 23 podemos observar la proyección de ingresos y gastos de los años 2020, 2021 y 2022 sin la implementación de la propuesta, tomando en cuenta los estados de resultados del año 2016 al año 2019.

Tabla 23. Proyección de resultados sin la implantación de la propuesta

	PROYECCIONES DE RESULTADOS A 3 AÑOS SIN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA						
	AÑOS HISTORICOS				PROYECCIÓN		
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS							
Ventas del 12%	$5.103.410	$4.858.703	$12.709.872	$11.045.081	$5.876.822	$7.858.344	$9.334.403
Ingreso Provisionado	$2.801.872	$1.926.815	$147.951	$2.174	$1.157	$1.547	$1.837
Ingresos Totales	**$7.905.282**	**$6.785.518**	**$12.857.823**	**$11.047.255**	**$5.877.979**	**$7.859.891**	**$9.336.240**
EGRESOS							
Gastos de personal	$284.608	$111.811	$641.149	$38.827	$20.659	$27.624	$32.813
Servicios Profesionales	$7.983	$68.902	$44.354	$177.430	$94.406	$126.238	$149.950
Gastos varios	$122.224	$196.572	$261.951	$258.263	$137.415	$183.748	$218.262
Depreciación y Amortización	$79.365	$75.458	$76.020	$110.128	$85.243	$86.712	$89.526
Suministros	$39.248	$32.324	$139.440	$307.278	$163.495	$218.622	$259.687
Arriendamientos	$100.616	$382.859	$409.931	$148.793	$79.169	$105.863	$125.748
Gastos de gestión	$47.822	$18.199	$35.284	$226.369	$120.445	$161.057	$191.309
Transporte	$186.634	$193.168	$702.235	$615.414	$327.447	$437.854	$520.098
Seguros y reseguros	$119.577	$40.651	$74.861	$71.397	$37.989	$50.797	$60.339
Impuestos	$92.580	$58.542	$128.199	$22.331	$11.882	$15.888	$18.872
Egresos Totales	**$1.080.657**	**$1.178.486**	**$2.513.424**	**$1.976.229**	**$1.078.151**	**$1.414.404**	**$1.666.603**
Utilidad Operativa	**$6.824.625**	**$5.607.032**	**$10.344.399**	**$9.071.026**	**$4.799.829**	**$6.445.487**	**$7.669.638**

Fuente: Elaboración propia

El análisis vertical que se observa a en la tabla 24 indica la relación de los egresos e ingresos de los años 2016 al 2022 sin la aplicación de la propuesta. El porcentaje se obtuvo mediante la división de los egresos para los ingresos de cada año.

Tabla 24. Porcentaje de los egresos en relación con los egresos sin la aplicación de la propuesta

AÑOS		INGRESOS TOTALES	EGRESOS TOTALES	UTILIDAD OPERATIVA	% DE LOS EGRESOS EN RELACION A LOS EGRESOS
HISTORICOS	2016	$7.905.282	$1.080.657	**$6.824.625**	14%
	2017	$6.785.518	$1.178.486	**$5.607.032**	17%
	2018	$12.857.823	$2.513.424	**$10.344.399**	20%
	2019	$11.047.255	$1.976.229	**$9.071.026**	18%
PROYECCIÓN	2020	$5.877.979	$1.078.151	**$4.799.829**	18%
	2021	$7.859.891	$1.414.404	**$6.445.487**	18%
	2022	$9.336.240	$1.666.603	**$7.669.638**	18%

Fuente: Elaboración propia

Evaluación con la Implementación de la Propuesta.

Tomando en cuenta la aplicación de las estrategias de *marketing* mencionadas anteriormente, Conspeccime Cía. Ltda. puede mejorar la rentabilidad, además tener un mejor posicionamiento de la empresa, si se pone en práctica la propuesta.

Las ventas del 12% y los ingresos provisionados son proyectados con el mismo análisis que se realizó sin la implementación de la propuesta, tomando en cuenta que en el análisis de las ventas del 12% va a aumentar un proyecto más para cada año con la aplicación de las estrategias de marketing para los años 2020, 2021 y 2022, así la empresa va a tener un mejor posicionamiento en el mercado, además de que el cliente se sentirá identificada con Conspeccime Cía Ltda. y podrá elegirla entre las mejores opciones para brindar servicios de la rama petrolera.

Tabla 25. Proyecciones de proyectos, ventas y precio promedio por proyecto para los años 2020 al 2022 con la implementación.

AÑO	PROYECTOS	VENTAS	PRECIO PROMEDIO POR PROYECTO
2016	8	$5.103.410,00	$637.926,25
2017	4	$4.858.703,00	$1.214.675,75
2018	10	$12.709.872,00	$1.270.987,20
2019	7	$11.045.081,00	$1.577.868,71
2020	6	$7.052.186,87	$1.175.364,48
2021	7	$9.168.068,25	$1.309.724,04
2022	8	$10.667.888,86	$1.333.486,11

Fuente: Elaboración propia

Y para los ingresos provisionados se tomó en cuenta los siguientes porcentajes que se muestran en la tabla 26:

Tabla 26. Porcentaje de crecimiento de las ventas del 12% para los años 2020 al 2022 con la implantación.

2020	2021	2022
-36,15%	30,00%	16,36%

Fuente: Elaboración propia

De la misma manera la proyección de los egresos se realizó con los porcentajes de crecimiento que se tomó para los ingresos provisionados con excepción de los gastos de depreciación y amortización que se calculó realizando un promedio móvil de 4 años. Se añade también los gastos por la implementación de la propuesta. Además, los gastos del personal como están relacionados con el número de proyectos se tomaron en cuenta para su proyección el incremento porcentual de proyectos que se calculó de la siguiente manera**: el número de proyectos sin la implementación de la propuesta dividido para (el número de proyectos con la implementación de la propuesta menos 1).**

A continuación, en la tabla 27 se puede observar el incremento porcentual de los proyectos:

Tabla 27. Incremento porcentual de los proyectos con la aplicación de la propuesta.

2020	2021	2022
20%	16,67%	14%

Fuente: Elaboración propia

Se presenta a continuación en la tabla 28 la proyección de los resultados de los años 2020 al 2022 con la implementación de la propuesta.

Tabla 28. Proyección de resultados con la implementación de la propuesta

	PROYECCIONES DE RESULTADOS A 3 AÑOS CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA						
	AÑOS HISTORICOS				PROYECCIÓN		
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS							
Ventas del 12%	$5.103.410	$4.858.703	$12.709.872	$11.045.081	$7.052.187	$9.168.068	$10.667.889
Ingreso Provisionado	$2.801.872	$1.926.815	$147.951	$2.174	$1.388	$1.805	$2.100
Ingresos Totales	**$7.905.282**	**$6.785.518**	**$12.857.823**	**$11.047.255**	**$7.053.575**	**$9.169.873**	**$10.669.989**
EGRESOS							
Gastos de personal	$284.608	$111.811	$641.149	$38.827	$46.592	$54.358	$62.123
Servicios Profesionales	$7.983	$68.902	$44.354	$177.430	$113.288	$147.278	$171.371
Gastos varios	$122.224	$196.572	$261.951	$258.263	$164.898	$214.373	$249.443
Depreciación y Amortización	$79.365	$75.458	$76.020	$110.128	$85.243	$86.712	$89.526
Suministros	$39.248	$32.324	$139.440	$307.278	$196.195	$255.059	$296.785
Arriendamientos	$100.616	$382.859	$409.931	$148.793	$95.003	$123.507	$143.712
Gastos de gestión	$47.822	$18.199	$35.284	$226.369	$144.535	$187.900	$218.638
Transporte	$186.634	$193.168	$702.235	$615.414	$392.936	$510.830	$594.397
Seguros y reseguros	$119.577	$40.651	$74.861	$71.397	$45.586	$59.264	$68.959
Impuestos	$92.580	$58.542	$128.199	$22.331	$14.258	$18.536	$21.568
Gastos por implementacion de la propuesta	$0	$0	$0	$0	$14.109	$16.149	$16.149
Egresos Totales	**$1.080.657**	**$1.178.486**	**$2.513.424**	**$1.976.229**	**$1.312.642**	**$1.673.964**	**$1.932.670**
Utilidad Operativa	**$6.824.625**	**$5.607.032**	**$10.344.399**	**$9.071.026**	**$5.740.933**	**$7.495.909**	**$8.737.319**

Fuente: Elaboración propia

El análisis vertical que se observa a en la tabla 29 indica la relación de los egresos e ingresos de los años 2016 al 2022 con la aplicación de la propuesta. El porcentaje se obtuvo mediante la división de los egresos para los ingresos de cada año.

Tabla 29. Porcentaje de los egresos en relación con los egresos con la aplicación de la propuesta

AÑOS		INGRESOS TOTALES	EGRESOS TOTALES	UTILIDAD OPERATIVA	% DE LOS EGRESOS EN RELACION A LOS EGRESOS
HISTORICOS	2016	$7.905.282	$1.080.657	**$6.824.625**	14%
	2017	$6.785.518	$1.178.486	**$5.607.032**	17%
	2018	$12.857.823	$2.513.424	**$10.344.399**	20%
	2019	$11.047.255	$1.976.229	**$9.071.026**	18%
PROYECCIÓN	2020	$7.053.575	$1.312.642	**$5.740.933**	19%
	2021	$9.169.873	$1.673.964	**$7.495.909**	18%
	2022	$10.669.989	$1.932.670	**$8.737.319**	18%

Fuente: Elaboración propia

Proyección de Beneficios

Después de realizar la comparación entre la proyección sin la implementación de la propuesta y la proyección con la aplicación de la propuesta, se puede apreciar en la tabla 30 que aplicando las estrategias de marketing la rentabilidad reflejada en las utilidades finales es superior a las utilidades si la empresa continuaría su curso normal. En la siguiente tabla también se puede observar el valor de la ganancia que recuperaría la empresa con la implementación de la propuesta para los años 2020 al 2022, tomando en cuenta que los proyectos pequeños van desde $300.000 hasta $500.000, los proyectos medianos van hasta casi un millón de dólares y los proyectos grandes sobrepasa el millón de dólares.

- Para el año 2020 se espera por cada dólar invertido en la propuesta se recuperaría ese dólar y $66.70 adicionales.
- Para el año 2021 se espera por cada dólar invertido en la propuesta se recuperaría ese dólar y $65.05 adicionales.
- Para el año 2022 se espera por cada dólar invertido en la propuesta se recuperaría ese dólar y $66.12 adicionales.

Tabla 30. Análisis Costo-Beneficio

COSTO-BENEFICIO			
	2020	**2021**	**2022**
Utilidad sin la implementacion de la propuesta	$ 4.799.829	$ 6.445.487	$ 7.669.638
Utilidad con la implementacion de la propuesta	$ 5.740.933	$ 7.495.909	$ 8.737.319
Diferencia entre las utilidades	$ 941.104	$ 1.050.422	$ 1.067.681
Gastos pos implementacion de la propuesta	$ 14.109	$ 16.149	$ 16.149
Ganancia recuperada	**$ 66,70**	**$ 65,05**	**$ 66,12**

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La empresa Conspeccime es sólida porque tiene su misión, visión, objetivos, organigrama, y su mapa de procesos bien estructurados y además están en constante renovación según los cambios que se vayan presentando en el sector.
- En el Ecuador el sector petrolero incluye directamente en los aspectos económicos, sociales y políticos, por lo tanto, este sector es un factor clave para el desarrollo de las empresas relacionadas con el petróleo como lo es Conspeccime.
- El análisis FODA que se desarrolló en este Plan de Marketing, permitió identificar las oportunidades de mejora, tomando en cuenta que la empresa no contaba con un departamento de *marketing*.
- El negocio petrolero tenía una visión optimista, sin embargo, con la aparición pandemia en marzo del 2020, este sector se vio afectado de manera abrupta, afectando así todas las empresas relacionadas a este recurso.
- Conspecime Cía. Ltda. se diferencia de las otras empresas porque cuenta con la trinorma: Certificación en Calidad- *ISO* 9001-2015, Certificación en Seguridad y Salud Ocupacional- OHSAS 18001-2007 y la Certificación Ambiental -ISO 14001-2015, también el cumplimento de los contratos en precio, tiempo, alcance y calidad, además tiene un personal calificado para los proyectos.
- Se hizo difícil obtener entrevistas con los demás clientes de Conspecime Cía. Ltda. por políticas y permisos de las empresas, pero se obtuvo la entrevista con el principal cliente que es PETROAMAZONAS.
- Conspeccime Cía. Ltda. obtiene clientes de dos maneras ya sea por negociación directa a través de los contactos de gerencia o por concursos o licitaciones públicas y privadas.

- Las estrategias que se propone en este trabajo para tener mayor rentabilidad y mejorar su posicionamiento son: Estrategia de Segmentación, de Posicionamiento, de Diferenciación y el *Marketing Mix* (producto, precio, plaza y promoción).
- A pesar de la pandemia la implementación de este Plan de *Marketing* es rentable, porque las utilidades con esta aplicación son superiores a las utilidades de la empresa en curso normal, obteniendo así un proyecto más para los años 2020, 2021 y 2022.

5.2. Recomendaciones

- La empresa Conspeccime no considera necesario tener un departamento de Marketing, sin embargo, de acuerdo con el desarrollo de este Plan de Marketing se debería implementar el mismo, porque ayudaría al crecimiento de rentabilidad y a tener un mejor posicionamiento en el mercado.
- Para el desarrollo de las empresas relacionadas con un recurso tan importante como lo es el petróleo, el Gobierno debería poner más interés en explotarlo de forma responsable y eficiente cuidando el medio ambiente y sin afectar a las comunidades de la Amazonía.
- El FODA de la empresa debería ser actualizado cada año según las condiciones que tiene el mercado, para identificar nuevas acciones de mejora mitigando así cualquier amenaza que se presente en el sector y con respecto a la competencia.
- Para que la empresa Conspeccime Cía. siga ofreciendo servicios profesionales eficaces y eficientes debería actualizar las certificaciones ISO 9001-2015 (Certificación en Calidad), OHSAS 18001-2007 (Certificación en Seguridad y Salud Ocupacional) y la ISO 14001-2015 (Certificación Ambiental) dependiente de su vigencia y realizar la auditoria de renovación para obtener el certificado actualizado.
- Se debe mantener una buena relación con los clientes y proveedores para fomentar una buena gestión comercial, actualizando constantemente la información de la página *web* y *Likedin*.

- Actualmente la empresa tiene una participación en el mercado de un 18.26% y para mejorar su posicionamiento y que el cliente se sienta identificado con Conspeccime Cía. Ltda. eligiéndola entre las opciones que tiene el sector, se debe implementar el plan de marketing propuesto.
- Se debe implementar todas las estrategias de *marketing* propuestas en esta investigación para incrementar un proyecto más en los dos años siguientes.
- Se recomienda a la empresa tener una mejor estructuración de costos: porcentaje para ingeniería y porcentaje para construcción, tener información actualizada del sector y hacer correlaciones con algunos indicadores de la empresa para obtener una proyección de ventas y realizar nuevas estrategias buscando oportunidades de mejora.
- Se debe realizar este Plan de *Marketing* para el área de construcción y con las nuevas políticas de este sector, ya que se verá afectada con la pandemia del año 2020.

ANEXOS

Anexo A

FORMATO DE LA ENTREVISTA

ENTREVISTA

Objetivos de la Entrevista:

1. Conocer la situación actual del sector petrolero, tanto en lo económico, social, político y legal.
2. Determinar la relación con sus clientes y proveedores.
3. Conocer cuáles son sus principales competidores y que los diferencia de ellos.
4. Determinar los atributos y falencias de Conspeccime Cía Ltda.
5. Recolectar opiniones que contribuyan a la mejora de Conspeccime Cía Ltda.

Preguntas para expertos internos:

1. ¿Cómo mira el negocio petrolero en el país?
2. ¿El gobierno apoya el sector petrolero en el país?
3. ¿La economía del país cómo esta para las empresas petroleras?
4. ¿Cree usted que el aspecto social tiene influencia en el desarrollo de la empresa?
5. ¿Ha invertido la empresa en tecnología para mejor el servicio que ofrece?
6. ¿Qué políticas ha afectada a la empresa?
7. ¿Cómo está la negociación de con sus proveedores? ¿Cuáles son los proveedores más importantes de la empresa?
8. ¿Qué empresa usted conoce que ofrecen un servicio similar al de Conspeccime Cía Ltda.?
9. ¿Cuáles considera usted que son sus competidores actuales?
10. ¿Qué diferencia a Conspeccime Cía Ltda. de otras empresas competidoras?
11. ¿Cuáles son las características de sus clientes? ¿Cómo es la negociación con sus los clientes? ¿Cuáles son sus principales clientes? ¿Por qué cree usted que sus clientes prefieren sus servicios y no de las otras empresas?
12. Según su experiencia en el mercado. ¿Cuáles son los factores más amenazantes para una empresa de servicios petroleros en el mercado local?
13. ¿Cuál cree usted que es la principal fortaleza que Conspeccime Cía Ltda.?

14. Dada las circunstancias actuales, los clientes y el mercado. ¿Qué oportunidades de mejora tiene la empresa?
15. ¿Cómo la empresa consigue proyectos?
16. ¿Cuál considera que es el factor determinante para que una empresa de servicios petroleros gane una licitación?
17. ¿Cómo se maneja el marketing en la empresa?

Preguntas para expertos externos:

Cliente Principal: PETROAMAZONAS EP

1. ¿Cómo mira el negocio petrolero en el país?
2. ¿El gobierno apoya el sector petrolero en el país?
3. ¿La economía del país cómo esta para las empresas petroleras?
4. ¿Qué es lo que más valoran al momento de elegir empresas ganadoras de las licitaciones?
5. ¿Cuáles son los aspectos que más les satisfacen al momento de contratar?
6. ¿Cuál es su proceso para que una empresa se califique como un proveedor de Petroamazonas EP. ?
7. ¿Cuál es el proceso que ustedes realizan para retroalimentar a un cliente?
8. ¿Qué opina sobre las características del servicio de que brinda Conspecime Cía Ltda.?
9. ¿Qué fortalezas ha visto en la empresa Conspeccime Cía Ltda.?
10. ¿Cuáles son los atributos más importantes que Petroamazonas ha considerado para trabajar con Conspecime Cía Ltda.?
11. ¿Qué le recomendaría mejor a la empresa Conspeccime Cía Ltda.?

Funcionario de le emoresa Conspecime Cía Ltda.

1. ¿Cuáles son los clientes actuales que tiene la empresa?
2. ¿Qué es lo que más exigen los clientes al momento de contratar sus servicios?
3. ¿Cómo califican la satisfacción del cliente al momento culminar sus servicios?
4. ¿Cuáles cree que serían sus clientes potenciales y porque cree que le escogerían a la empresa para brindar sus servicios?

Anexo B

AUDIOS DIGITALES DE LAS ENTREVISTAS:



Anexo C

PROTOTIPO DIGITAL DEL VIDEO





Anexo D

COTIZACIÓN DE LA PAGINA WEB

CREATIVE UIO

CLIENTE: CPM

Contacto: Ing. Bryan Mantilla

Número: 0996014757

País: Quito - Ecuador

PROFORMA

Número de proforma	325
Fecha de emisión	27/09/2019
Fecha de vencimiento	6/9/2019
Condiciones de pago	50% anticipo 50% contraentrega
Total a pagar (US)	**$1.680,00**

Servicio: Campaña de Social Media	
Concepto / Descripción	**Valor**
• Diseño de UI de página Web • Diseño de UX de página Web • SEM Y SEO (Posicionamiento de marca) • Traducción inglés y español. • Intranet	$1.500,00

Valor Neto	$1.500,00
IVA 12% de	$180,00
Valor Total	**$1.680,00**

NOTAS
• Costo de dominio y hosting asume en cliente acorde a la necesidad (Incluye certificado de seguridad)

E-mail: pfranco@creativeuio.com **Dirección:** Isla Marchena & De los Granados Quito 170513

Sitio Web: www.creativeuio.com

Anexo E

COTIZACIÓN DE LAS AGENDAS

STUDIOTRES®
creative designers

1/1

PROFORMA: **14022019001**
Cliente : CONSPECCIME · Bryan Mantilla
Proyecto : Material Impreso

Fecha: **Febrero 14 , 2019**

Código Ítem	Nombre descriptivo	Cantidad	Valor Unit.	Valor TOTAL
	MATERIAL IMPRESO AGENDAS CORPORATIVAS ECO			
1 S3-S PI001	**AGENDA ECO ANILLADA A5** Portada Reciclada tamaño 15 x 21cm anillo doble O 2 separadores full color fotos 100 hojas interiores bond beige reciclado / bond hojas interiores sin impresión **Valor incluye Diseño y armado de artes para imprenta**	100	U$ 4.90	U$ 490,00
		200	U$ 4.60	U$ 920,00
2 S3-S PI002	**AGENDA ECO Block A5** Portada Reciclada tamaño 15 x 21cm 2 separadores full color fotos 100 hojas interiores bond beige reciclado / bond Encolado lomo cuadrado hojas interiores sin impresión **Valor incluye Diseño y armado de artes para imprenta**	100	U$ 4.78	U$ 478,00
		200	U$ 4.64	U$ 928,00

Tiempo de Entrega (días laborables) : Definido según cronograma
Validez de oferta (días) : 15 días

Notas y Observaciones :
Forma de Pago: 60% ANTICIPO 40% CONTRAENTREGA
Valores NO incluyen 12% de IVA
Todo diseño adicional se factura por separado.

TODOS LOS DISEÑOS SON DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE STUDIOTRES
PROHIBIÉNDOSE SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL SIN SU AUTORIZACIÓN

1 4 0 2 2 0 1 9 0 0 1



STUDIOTRES®
creative designers

D.I. Diego Auquilla Freire
DIRECTOR GENERAL
STUDIOTRES
+[593-9] 9982 2748
studio3.uio@gmail.com

Información:
Teléfono: [593] 2 2904 735 Móvil: Diego [593] 999 822 748 e-mail: info@studio-tres.com
Dirección: Whymper 413 y Paúl Rivet Edf. CEZZANE P1 - E , Quito - Ecuador
www.studio-tres.com

Anexo F

COTIZACIÓN DEL SUMA CRM



Anexo G

COTIZACIÓN DEL LIKEDIN PREMIUM RECRUITER (CADA MES)

- **Premium Career**

29,98€ al mes. Para quién busca trabajo. Pensada para que destaques frente a otros solicitantes de empleo.

- **Premium Business**

44,99€ al mes. Destinada para fortalecer y ampliar tu red o la de tu negocio de forma profesional.

- **Sales Navigator Professional**

59,99€ al mes. Para encontrar nichos, oportunidades de ventas o clientes, y forjar relaciones de confianza con ellos.

- **Recruiter Lite**

89,99€ al mes. Enfocada en encontrar candidatos cualificados para tu negocio.

Anexo H

COTIZACIÓN DE LAS CHOMPAS COOPORATIVAS

ROSTELLI

Dir: Miguel Donoso y Juan Ante (Pomasqui)
Telf.:22356-514 0999525550- 0992865378
tefacilitomultisoluciones@hotmail.com
RISE 1713174751001
rostelli_uniformes@hotmail.com
RUC 1712775061001

Quito, 03 de febrero 2020

Buenos Días

Srta. ANDREA RODRIGUEZ
anrodriguez.cpm@gmail.com

Presente,

De mis consideraciones:

Deseamos a usted un excelente día y oz saludamos de **T- FACILITO** una empresa dedicada a la dotación material publicitario e implementación de imagen corporativa institucional con productos de calidad y originalidad.

Adjuntamos a continuación la cotización – proforma referente a su pedido.

IMAGEN CORPORATIVA LOGOS

CPM CONSPECCIME

- Diseño digital
- Colores corporativos
- Técnica BORDADO
- Tamaño de 6cm por 5cm

CHOMPA BICOLOR FASHION



- ✓ **Tela GOROTEX impermeable Color AZUL MARINO Y AZUL ELECTRICO**
- ✓ Diseño fashion Bicolor SLIM FIT
- ✓ Forro interno gris tela extinción 108
- ✓ **Tallaje acanalado en la cintura para mujer y corte recto de hombre**
- ✓ XS S M L XL
- ✓ Bolsillo interno
- ✓ Cierres nylon invisibles Azul Marino
- ✓ 1 Logo en pecho incluye
- ✓ 3 Logos en brazo

03/02/2020 ***PROFORMA NRO .489***

CANTIDAD	DETALLE	Precio Unitario	Valor Total
75	Chompas GOROTEX bicolor con 4 logos bordados full color	28,50	2.137,50
		Valor total	**2137.50**
		RISE 0% IVA	**0,00**
		Total Pagar	**2137.50**

- Valor de factura **con RISE 0% IVA si necesita factura con IVA al valor más el 12%.**
- Trabajamos con el **50% de entrada y el 50% al momento de la entrega.**
- **Tiempo de entrega 20 días** a partir de la emisión de la factura y recepción del valor del anticipo, para el inicio del trabajo.
- Los productos tienen **Garantía 100% por fallas en cocidos y telas.**

DATOS PARA EL DEPÓSITO

- ✓ **CUENTA DE AHORROS**
- ✓ **BANCO DEL PICHINCHA**
- ✓ **CUENTA NUMERO: 2203218011**
- ✓ **A NOMBRE DE : ALVARO ROSAS TERAN**
- ✓ **NUMERO DE CEDULA: 1712775061**

No dude en llamarnos, estaremos gustosos en atenderle para solventar cualquier inquietud.

Realizamos visitas a domicilio con muestras de los productos, sin compromiso alguno.

Pueden revisar nuestra fanpage https://www.facebook.com/Tefacilito-1862797834041673/?ref=settings en el mismo encontrara clientes satisfechos y productos entregados.

https://www.youtube.com/watch?v=OjFRwfd5JFc

En espera de una respuesta favorable, enviamos saludos cordiales.

ATT,

Ing. Álvaro Rosas T.

ROSTELLI 0999525550 WhatsApp

Anexo I

ESTADO DE RESULTADOS 2016-2019

CONSPECCIME CIA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

(Expresados en U.S. dólares)

	Notas	**2016**	**2015**
Ingresos de actividades ordinarias	*16*	7.905.282	5.013.590
Costo de ventas	*17*	(6.772.561)	(3.055.096)
GANANCIA BRUTA		1.132.721	1.958.494
Gastos de administración	*18*	(1.080.657)	(1.153.054)
Gastos de ventas		-	(13.861)
UTILIDAD OPERACIONAL		52.064	791.579
Otros ingresos y gastos:			
Gastos financieros		(30.108)	(45.211)
Otros gastos netos de ingresos		4.530	13.431
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		26.486	759.799
Menos impuesto a la renta:			
Corriente	*19*	(35.801)	(174.491)
(Pérdida) utilidad del período		**(9.315)**	**585.308**
OTROS RESULTADOS INTEGRALES:			
Pérdidas actuariales		(5.171)	(2.195)
Total resultado integral del año		(14.486)	583.113
Resultado integral atribuible a los propietarios		**(14.486)**	**583.113**

Ing. Carlos Vásquez
Gerente General

Ing. Geovanna Pasmay
Contador General

Ver notas a los estados financieros

CONSPECCIME CÍA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

(Expresados en U.S. dólares)

	Notas	31 de Diciembre 2017	2016
Ingresos de actividades ordinarias	15	6.785.518	7.905.282
Costo de ventas	16	(5.633.573)	(6.772.561)
GANANCIA BRUTA		1.151.945	1.132.721
Gastos de administración y ventas	17	(1.178.486)	(1.080.657)
(PÉRDIDA) UTILIDAD OPERACIONAL		(26.541)	52.064
Otros ingresos y gastos:			
Gastos financieros		(5.715)	(30.108)
Otros gastos netos de ingresos		100.723	4.530
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		68.467	26.486
Menos impuesto a la renta:			
Corriente	18	(32.063)	(35.801)
Utilidad (Pérdida) del periodo		**36.404**	**(9.315)**
OTROS RESULTADOS INTEGRALES:			
Ganancias (pérdidas) actuariales		494	(5.171)
Total resultado integral del año		**36.898**	**(14.486)**
Resultado integral atribuible a los propietarios		36.898	(14.486)

Ing. Pedro Pinzón
Gerente General

Ing. Geovanna Pasmay
Contadora General

CONSPECCIME CÍA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

(Expresados en U.S. dólares)

	Notas	31 de Diciembre 2018	2017
Ingresos de actividades ordinarias	18	12.857.823	6.785.518
Costo de ventas	19	(7.094.278)	(5.633.573)
GANANCIA BRUTA		5.763.545	1.151.945
Gastos de administración	20	(2.513.424)	(1.178.486)
UTILIDAD (PÉRDIDA) OPERACIONAL		3.250.121	(26.541)
Otros ingresos y gastos:			
Gastos financieros		(11.475)	(5.715)
Otros gastos netos de ingresos		20.012	100.723
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		3.258.658	68.467
Menos impuesto a la renta:			
Corriente	21	(826.954)	(32.063)
Diferido	16	4.460	-
Utilidad del período		**2.436.164**	**36.404**
OTROS RESULTADOS INTEGRALES:			
Ganancias actuariales	25	4.338	494
Total resultado integral del año		**2.440.502**	**36.898**

Ing. Pedro Pinzón
Gerente General

Ing. Geovanna Pasmay
Contadora General

CONSPECCIME CÍA. LTDA.

PASAJE EL JARDIN E10-05 Y AV. 6 DE DICIEMBRE, EDIF. CENTURY

1791982045001

Balance de Resultados

del 01/ene./2019 al 31/dic./2019

CÓDIGO CUENTA	NOMBRE CUENTA	PARCIAL	TOTAL
4.	**INGRESOS**		**-11,047,255.92**
4.01.	**INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS**		**-11,047,255.92**
4.01.01.	**SERVICIOS**		**-11,045,081.69**
4.01.01.01.	**PRESTACION DE SERVICIOS**		**-11,045,081.69**
4.01.01.01.02	Ventas Tarifa 12%	-11,045,081.69	
4.01.02.	**OTROS INGRESOS**		**-2,174.23**
4.01.02.01.	**OTRAS ACTIVIDADES**		**-2,174.23**
4.01.02.01.04	Otros ingresos no operacionales	-2,174.23	
5.	**COSTOS**		**7,146,413.45**
5.01.	**COSTOS DE VENTA**		**7,146,413.45**
5.01.01.	**COSTO POR BENEFICIOS SOCIALES**		**3,001,443.23**
5.01.01.01.	**EMPLEADOS**		**3,001,443.23**
5.01.01.01.01	Sueldos y salarios	1,244,732.97	
5.01.01.01.02	Horas Extras	103,812.72	
5.01.01.01.03	Bono de Responsabilidad	120,448.83	
5.01.01.01.04	Decimo Tercer Sueldo	114,120.60	
5.01.01.01.05	Decimo Cuarto Sueldo	25,039.22	
5.01.01.01.06	Vacaciones	42,940.51	
5.01.01.01.07	Fondos de Reserva	58,594.66	
5.01.01.01.08	Iess Patronal 12.15%	179,304.66	
5.01.01.01.09	Honorarios Profesionales	1,112,449.06	
5.01.02.	**COSTOS GENERALES**		**4,144,970.22**
5.01.02.01.	**COSTOS CORRIENTES**		**4,144,970.22**
5.01.02.01.01	Sumnistros, Materiales y Repuestos	2,275,047.50	
5.01.02.01.08	Nacionalización Importaciones	117,628.82	
5.01.02.01.09	Servicios Técnicos	1,547,393.91	
5.01.02.01.10	Multas por retraso entrega proyecto	204,899.99	
6.	**GASTOS**		**2,026,990.03**
6.01.	**GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**		**2,026,990.03**
6.01.01.	**GASTOS POR BENEFICIOS SOCIALES**		**38,286.86**
6.01.01.01.	**EMPLEADOS**		**38,286.86**
6.01.01.01.05	Decimo Cuarto Sueldo	6,566.67	
6.01.01.01.06	Vacaciones	1,211.85	
6.01.01.01.11	Jubilación Patronal	4,182.55	
6.01.01.01.12	Desahucio	11,778.05	
6.01.01.01.14	Gasto por efectos de cálculo actuarial	14,547.74	
6.01.02.	**GASTOS GENERALES**		**1,899,828.36**
6.01.02.01.	**GASTOS CORRIENTES**		**1,899,828.36**
6.01.02.01.01	Arrendamientos	148,793.38	
6.01.02.01.02	Mantenimiento y Reparaciones	38,216.92	
6.01.02.01.03	Combustibles y Lubricantes	5,593.17	
6.01.02.01.05	Sumnistros, Materiales y Repuestos	307,278.43	
6.01.02.01.06	Transporte	514,464.82	
6.01.02.01.07	Seguros y reaseguros	65,697.63	
6.01.02.01.10	Gastos de gestión	226,368.96	
6.01.02.01.11	Impuestos, Contribuciones y otros	22,330.71	
6.01.02.01.12	Gastos de viaje	100,948.85	
6.01.02.01.13	Iva Gasto	10,625.79	
6.01.02.01.14	Depreciación	94,509.61	
6.01.02.01.15	Amortización	15,618.03	
6.01.02.01.16	Servicios públicos	177,430.31	
6.01.02.01.17	Multas tributarias	723.28	
6.01.02.01.18	Retenciones asumidas	163.73	
6.01.02.01.20	Gastos sin sustento tributario	4,352.82	
6.01.02.01.24	Servicios varios de salud y medicina prepagada	56,999.13	
6.01.02.01.26	Gastos no deducibles	311.01	
6.01.02.01.27	Asesoria administrativa y legal	109,401.78	
6.01.03.	**GASTOS FINANCIEROS**		**88,874.81**

Anexo J

INGRESOS Y GASTOS DETALLADOS 2016-2019

15. Ingresos

Un resumen de los ingresos reportado en los estados financieros es como sigue:

Descripción	31 de Diciembre 2017	2016
Ventas 12%	4.858.703	5.103.410
Ingreso provisionado	1.926.815	2.801.872
Total	**6.785.518**	**7.905.282**

16. Costo de ventas

Un resumen del costo de ventas reportado en los estados financieros es como sigue:

Descripción	31 de Diciembre 2017	2016
Costos de personal	1.798.184	1.817.824
Servicios técnicos	1.759.085	784.610
Suministros, materiales y repuestos	1.338.491	1.775.234
Honorarios profesionales	375.301	2.212.115
Multas por retraso entrega proyecto	186.173	-
Alimentación personal en campo	97.030	-
Nacionalización importaciones	79.309	105.695
Gastos varios	-	77.083
Total	**5.633.573**	**6.772.561**

17. Gastos administrativos y ventas

Un resumen de los gastos administrativos y ventas reportados en los estados financieros es como sigue

Descripción	31 de Diciembre 2017	2016
Gastos de personal	111.811	284.608
Transporte	193.168	186.634
Gastos varios	196.572	122.224
Seguro y reaseguros	40.651	119.577
Arrendamientos	382.859	100.616
Impuestos	58.542	92.580
Depreciación y amortización	75.458	79.365
Gastos de gestión	18.199	47.822
Suministros	32.324	39.248
Servicios profesionales	68.902	7983
Total	**1.178.486**	**1.080.657**

18. Ingresos

Un resumen de los ingresos reportado en los estados financieros es como sigue:

Descripción	31 de Diciembre 2018	2017
Ventas 12%	12.709.872	4.858.703
Ingreso provisionado	147.951	1.926.815
Total	**12.857.823**	**6.785.518**

Los ingresos ordinarios reconocidos al 31 de diciembre del 2018, corresponden a contratos con clientes en los que se determinaron las obligaciones de desempeño correspondientes a la prestación de servicios, dentro del precio de sus contratos no se han identificado contraprestaciones variables como devoluciones, descuentos por pronto pago y garantía.

Descripción	31 de Diciembre 2018	2017
Suministros, materiales y repuestos	3.164.049	1.338.491
Servicios técnicos	1.460.448	1.759.085
Costos de personal	1.220.846	1.798.184
Honorarios profesionales	965.964	375.301
Nacionalización importaciones	259.562	79.309
Multas por retraso entrega proyecto	14.873	186.173
Impuestos, contribuciones y otros	8.536	-
Alimentación personal en campo	-	97.030
Total	**7.094.278**	**5.633.573**

20. Gastos administrativos

Un resumen de los gastos administrativos reportados en los estados financieros es como sigue:

Descripción	31 de Diciembre 2018	2017
Transporte	702.235	193.168
Gastos de personal	641.149	111.811
Arrendamientos	409.931	382.859
Gastos varios	261.951	196.572
Suministros	139.440	32.324
Impuestos	128.199	58.542
Depreciación y amortización	76.020	75.458
Seguro y reaseguros	74.861	40.651
Servicios profesionales	44.354	68.902
Gastos de gestión	35.284	18.199
Total	**2.513.424**	**1.178.486**

Bibliografía:

Alvarado, O. (2015). *Administración Estratégica.*

Angel, M. J. (2011). *Gestión por procesos.* Madrid: EUMED.

ASME. (2018). *ITMSGROUP*. Obtenido de http://itmsgroup.net/asme-3/?lang=es

Bartesaghi, I. (2009). *Investigación de Mercados* . Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/MEL/AP/AM/12/Investigacion_mercados.pdf

Camara de Comerio de Guayaquil . (29 de Marzo de 2019). *Cifras Macroeconómicas del Ecuador*. Obtenido de http://www.lacamara.org

CEF. Marketing XXI. (2018). *PLAN DE MARKETING*. Obtenido de https://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm

Cela, B. (2016). *PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA PETREX S.A.* Obtenido de repositorio.puce.edu.ec

Cevaconsult. (03 de Mayo de 2018). *Normas Ecuatorianas de Construcción*. Obtenido de https://www.cevaconsult.com/2018/05/03/normas-ecuatorianas-de-la-construccion/

Conspeccime. (2010). *Conspeccime*. Obtenido de https://cpm.com.ec

Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Corona, F. (s/f). *INGENIERÍAQUÍMICA.NET*. Obtenido de http://www.ingenieriaquimica.net/noticias/155-ingenieria-conceptual-basica-y-de-detalle

Correa, F. (2009). *Administración.* Córdoba: El Cid Editor.

Crecenegocios. (16 de Mayo de 2014). *La cadena de valor de Porter*. Obtenido de crecenegocios.com/la-cadena-de-valor-de-porter/

DISQUIS. (05 de Mayo de 2013). *Compralubricantes*. Obtenido de https://compralubricantes.com/blog/que-significa-api/

ecuatorianoenvivo.com. (s.f.).

Ekos Negocios. (2019). *Ranking de Empresas: ekosnegocios*. Obtenido de https://www.ekosnegocios.com/sector/servicios-petroleo-y-mineria

El Comercio . (19 de Junio de 2019). *El auge económico en el sector petrolero comienza*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/produccion-crudo-petroleo-ecuador-economia.html

EL COMERCIO . (03 de Día de 2019). *PRODUCCIÓN DEL CRUDO* . Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/produccion-petroleo-incremento-ecuador-economia.html

El Comercio. (19 de Junio de 2019). *El auge económico en el sector petrolero comienza*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/produccion-crudo-petroleo-ecuador-economia.html

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. (2002). *DSpace ESPOCH.* Obtenido de http://dspace.espoch.edu.ec/

Espinosa, J. (2009). *Calidad total.* Córdoba: El Cid Editor.

FYI. (2019). Obtenido de http://fyi.com.ec/

Gedesco. (s.f.). *¿Qué es una licitación pública? Gedesco*. Obtenido de https://www.gedesco.es/blog/como-funciona-una-licitacion-publica/

GOB. (17 de Julio de 2019). *Calificación de Proveedores de Bienes y-o Servicios para actividades de Exploración y Explotación de Hidrocarburos de PETROAMAZONAS EP para Persona Jurídica Nacional*. Obtenido de https://www.gob.ec

Ley de Hidrocarburos . (21 de Noviembre de 1978). Obtenido de https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Ley-de-Hidrocarburos-1978.pdf

Ley Orgánica de Empresas Públicas. (19 de Mayo de 2009). Obtenido de https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/LEY-ORGANICA-DE-EMPRESAS-PUBLICAS.pdf

Lopez, A. (2011). *Plan de marketing dirigido para la captación de clientes de Pucahuayco Parque extremo de la ciudad de Pillaro en la provincia de Tunhurahua*. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5103/T-PUCE-5330.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marketeros Agencia. (03 de Enero de 2019). *Diseño web: ¿Qué son el UX y el UI?* Obtenido de https://www.marketerosagencia.com/desarrollo-web/ux-ui/

Márquez, E., & Almudena, C. (2014). *Marketing y Consumo*. Obtenido de https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html

Mejicano, L. S. (2010). *Extensión de la recreación del instituto pedagógico de maturin hacia las comunidades. En: Memorias del programa científico Universidad.* La Habana: Editorial Universitaria.

Ogalla, S. (2005). *Sistema de Gestión. Una guía práctica.* Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

Ohmelectro Cía Ltda. (2019). *Servicios*. Obtenido de https://ohmelectro.com/index.html

Ordoñez, J. S. (2013). *Plan de negocios para la gestión gerencial ejecutiva enfocada hacia el entorno turístico. Como elemento de la investigación se toma de referencia al Hotel Royal Palm ubicado en las Islas Galápagos* . Quito.

Padilla, K. (9 de Febrero de 2008). *La Recreación*. Obtenido de http://larecreacion.blogspot.com/

Pdcahome. (17 de Febrero de 2014). *El mapa de procesos como herramienta de gestión*. Obtenido de https://www.pdcahome.com/6072/el-mapa-de-procesos-como-herramienta-de-gestion/

Pérez, J. (2009). *DefiniciónDe*. Obtenido de https://definicion.de/presupuesto/

Petroecuador. (2018). *Plan Estratégico Empresarial 2018-2021*. Obtenido de https://www4.eppetroecuador.ec

Porporatto, M. (07 de Julio de 2015). *QUE SIGNIFICADO*. Obtenido de https://quesignificado.com/estrategia/

Riquelme, M. (Diciembre de 2016). *Análisis FODA*. Obtenido de https://www.analisisfoda.com/

Rodriguez, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing.* UOC.

Rodríguez, M. (Agosto de 2013). *ESTUDIO DE LA NOTORIEDAD Y EFECTIVIDAD DE LOS SPONSORS PUBLICITARIOS*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8777/1/53733_1.pdf

SCMI. (2019). *Servicios*. Obtenido de http://www.santoscmi.com/

Sertecpet S.A . (2019). *Servicios* . Obtenido de https://www.sertecpet.net/perfil-corporativo/

TECTOTAL . (2019). *Servicios*. Obtenido de http://www.tectotal.com.ec/noticias_index.php

Vásquez, L. (9 de Noviembre de 2010). *VIX*. Obtenido de http://www.vix.com/es/imj/familia/2010-11-09/9938/importancia-de-la-union-familiar

W., C., & R., G. (2009). *Administración Estratégica* . Distrito federal: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.