



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MENCIÓN: GESTION DE PROYECTOS

Resolución: RPC-SO-10-No.189-2020

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Plan estratégico para la empresa Ingelpower en la ciudad de Quito

Línea de Investigación:

Área de Ciencias Administrativas

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Josué Alexander Correa Unda

Tutor/a:

Mg. Ana Lucia Tulcán / Mg. Doris Calle

Quito – Ecuador

2025

APROBACIÓN DEL TUTOR METODOLOGICO



Yo, Ana Lucia Tulcán con C.I: 040137108-3 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan estratégico para mejorar la competitividad y eficiencia de la empresa Ingelpower.

Elaborado por: Josué Alexander Correa Unda, de C.I: 1717775884, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 10 de septiembre de 2025

Firma

APROBACIÓN DEL TUTOR TECNICO



Yo, Doris Marcela Calle Landázuri con C.I: 171921228-2 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan estratégico para mejorar la competitividad y eficiencia de la empresa Ingelpower.

Elaborado por: Josué Alexander Correa Unda, de C.I: 1717775884, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 10 de septiembre de 2025

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Josué Alexander Correa Unda con C.I: 1717775884, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan estratégico para la empresa Ingelpower en la ciudad de Quito. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, mención Gestión de Proyectos.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 10 de septiembre de 2025

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR METODOLOGICO	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR TECNICO	iii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iv
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema.....	1
Problema de investigación.....	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:.....	3
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
1.1. Contextualización general del estado del arte	4
1.2. Proceso investigativo metodológico	9
1.3. Análisis de resultados	11
CAPÍTULO II: PROPUESTA.....	21
2.1. Fundamentos teóricos aplicados.....	21
2.2. Descripción de la propuesta	22
2.3. Validación de la propuesta	34
2.4. Matriz de articulación de la propuesta	36
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	39
BIBLIOGRAFÍA.....	40
ANEXOS	42

Índice de tablas

Tabla 1 Escala Likert	7
Tabla 2 Población a investigar.....	10
Tabla 3 Planes de acción empresa Ingelpower	30
Tabla 4 Índice de Competitividad empresa Ingelpower	31
Tabla 5 Matriz de Riesgos empresa Ingelpower	31
Tabla 6 Modelo de Implementación Balanced Scorecard para la empresa Ingelpower S.A .	32
Tabla 7 Perfil descriptivo de Especialistas Validadores.....	34
Tabla 8 Resultados de Validación.....	35
Tabla 9. Matriz de articulación.....	36

Índice de figuras

Figura 1 Fuerzas de Porter	6
Figura 2 Representación del Balance Score Card.....	7
Figura 3 Etapas de Mejora Continua.....	8
Figura 4 Colaboradores Encuestados Ingelpower.....	12
Figura 5 Pregunta 1	12
Figura 6 Pregunta 2	13
Figura 7 Pregunta 3	13
Figura 8 Pregunta 4	14
Figura 9 Pregunta 5	14
Figura 10 Pregunta 6	15
Figura 11 Pregunta 7	15
Figura 12 Pregunta 8	16
Figura 13 Pregunta 9	16
Figura 14 Pregunta 10	17
Figura 15 Pregunta 11	17
Figura 16 Pregunta 12	18
Figura 17 Pregunta 13	18
Figura 18 Pregunta 14	19
Figura 19 Análisis Pestel.....	21
Figura 20 Estructura 5 Fuerzas de Porter.....	22
Figura 21 Organizador Grafico Estructura de la Propuesta	23
Figura 22 Estructura Organizacional Ingelpower	24
Figura 23 Análisis PESTEL empresa Ingelpower	25
Figura 24 Las 5 fuerzas de Porter para la empresa Ingelpower.....	26
Figura 25 Análisis FODA para empresa Ingelpower	27

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

En la actualidad el entorno empresarial está en constante crecimiento y transformación debido a factores como la globalización, la digitalización y las normas que cada país aplica debido a la evolución del mercado y los clientes. En este marco las compañías que buscan ser competitivas y mantenerse en el mercado deben optar por un enfoque estratégico para su gestión. En especial las empresas cuyo giro de negocio es el sector técnico-industrial en el Ecuador, se ven en la necesidad de actualizar sus procesos e innovar los servicios para acoplarse rápidamente a los cambios del mercado.

La Planificación estratégica definida como el proceso ordenado de objetivos a largo plazo y el diseño de estrategias para lograrlos (F.R., 2021), permite a las compañías guiar sus esfuerzos de manera correcta y efectiva. La aplicación es necesaria para identificar ventajas competitivas sustentables y actuar de manera rápida a las oportunidades y amenazas del entorno. En un ambiente competitivo como el de servicios técnicos y mantenimiento eléctrico-electrónico, donde la calidad, la eficiencia operativa, la mejora y la atención rápida son elementos clave, tener un plan estratégico concreto no solo es un requisito sino también necesario.

Desde el enfoque teórico el autor (Wheelen, 2022). Considera que la competitividad es un factor que se lo debe analizar desde una herramienta que consta de 5 puntos con los que se puede diferenciar del resto y liderar el mercado. Las herramientas son: El poder de negociación entre clientes y proveedores, la amenaza de nuevos competidores y la rivalidad entre ellos son elementos significativos para Ingelpower S.A.

Desde el enfoque nacional, el sector empresarial del Ecuador está definido por elementos macroeconómicos, el cambiante aspecto político, fiscal y la participación del estado en áreas clave. Acorde a información obtenida del (INEC) en su apartado de economía y el (CEPAL, 2020), las micro, pequeñas y medianas compañías manifiestan más del 90% del sector productivo en el país, en muchos casos sus debilidades son la planificación, la falta de financiamiento, innovación y la gestión del personal de valor lo que limita la competitividad.

Ingelpower S.A es una empresa ecuatoriana ubicada en la ciudad de Quito con más de 10 años en el mercado cuya especialidad son los servicios eléctricos en las áreas de mantenimiento y proyectos llave en mano para brindar soluciones al sector industrial que debe enfrentar varios inconvenientes: como lo son: la competencia, certificaciones y normativas y la carencia de mano de obra técnica calificada. De estos lineamientos surge la necesidad de una gestión estratégica

dinámica, que actúe ante los cambios que existan en el entorno externo e interno y pueda diferenciarse en el mercado.

Con lo anteriormente descrito realizar un plan estratégico para Ingelpower S.A, concederá la premisa de direccionar un rumbo claro de la empresa hacia un manejo más eficiente, con visión a largo plazo, respaldada por un análisis interno exhaustivo de su situación actual, para el establecimiento de objetivos concisos, la implementación eficiente de recursos y la asignación de estrategias diversificadoras. Con esto no solo es mejorar la competitividad en relación a otras compañías sino también aumentar la capacidad de adaptabilidad frente a exigencias que se presenten en el ambiente nacional e internacional.

Problema de investigación

La empresa Ingelpower dentro de su gestión administrativa se evidencia la falta de visión y liderazgo, falta de recursos, escaso conocimiento, resistencia al cambio, la desalineación entre los objetivos organizacionales y los procesos operativos, así como el poco uso de herramientas de gestión. También se añaden causas externas como el crecimiento de la competencia en el sector, el cambio en el ámbito económico y político que afectan directamente a los recursos internos de la empresa. Los datos mencionados los datos mencionados generan baja productividad, mala asignación de recursos, pérdida de oportunidades en el mercado, falta de una dirección clara, desventaja frente a competidores, menor capacidad de innovación, desmotivación del personal con lo que se requiere de carácter prioritario la implementación de un plan estratégico con bases técnicas administrativas, herramientas de mejora como el FODA, PESTEL, PORTER para mejorar su posicionamiento en el mercado. De aquí parte la pregunta:

¿Cómo la implementación de un plan estratégico, basado en el análisis FODA y herramientas de gestión, puede contribuir a mejorar la eficiencia operativa y el posicionamiento competitivo de la empresa Ingelpower a largo plazo?

Objetivo general

Crear un plan estratégico para la Empresa Ingelpower orientado a potenciar su posicionamiento competitivo y desempeño operativo.

Objetivos específicos

- Analizar los fundamentos teóricos relevantes para la planificación estratégica de la empresa Ingelpower.

- Diagnosticar la situación interna y externa para la mejora de la Empresa Ingelpower mediante el uso de herramientas o modelos de análisis como FODA, 5 fuerzas de PORTER, PESTEL.
- Realizar el seguimiento del plan Estratégico para la Empresa Ingelpower mediante el uso de la herramienta de control Based Scorecard.
- Desarrollar la validación del “plan estratégico” mediante la revisión y criterio de especialistas.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Los beneficiarios principales son los accionistas o también denominados socios de la empresa ya que con la determinación del plan estratégico podrán minimizar el aporte de inversión que en ciertos casos contribuye a la liquidez y estabilidad de la empresa cuando baja el rendimiento anual. Al realizar el plan estratégico se propone mejorar la rentabilidad económica de la empresa que permita mejores proyecciones y margen de utilidad que aporte a los accionistas ingresos en vez de egresos.

La empresa mejorará la estabilidad de los colaboradores, condiciones de infraestructura, generación de empleo directo e indirecto, con ello brindar oportunidades a nivel de sociedad.

Al mencionar generación de oportunidades indirectamente, es porque una empresa requiere de la adquisición de insumos, materia prima, entre otros. Las micro y medianas empresas que están dentro del ecosistema empresarial local o sectorial también son beneficiarios indirectos del progreso positivo que exista en la empresa.

Otros beneficiarios serán los clientes que serán testigos de recibir un servicio de calidad debido al establecimiento de estrategias que permiten tener competitividad, eficiencia y valor agregado.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

ESTUDIOS PREVIOS

Luego de un análisis búsqueda de proyectos con similitud al tema Plan estratégico para la Empresa Ingelpower se denotan los siguientes extractos de información recopilada cuyo aporte es sustancial porque cada uno cuenta con herramientas, conceptos y estrategias que aportan a la construcción del Plan estratégico.

La siguiente autora Johanna Daniela Ruano Cárdenas (2023) y el trabajo realizado con tema Plan Estratégico para la empresa HIDGAMES, existe la siguiente lectura “Para el plan estratégico no solamente se requiere de un documento físico del cual se deba partir sino también del compromiso que tengan los colaboradores y directivos para hacerlo realidad” (Ruano, 2023) denota que se debe trabajar partiendo de la colaboración de todos los integrantes de una empresa. Así mismo las estrategias propuestas son firmes en cuanto a encaminar a la empresa hacia la competitividad y eficiencia como referencia menciona que mediante el uso de la herramienta de análisis FODA se identifican las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas internas y externas de la empresa con ello se obtiene información de la situación actual de una empresa. Así mismo para este proyecto se toma las observaciones de la autora acerca de si se encuentra correctamente estructurados la misión, visión de la empresa.

El trabajo analizado cuyo tema es planificación estratégica para una empresa de ingeniería dedicada a la prestación de servicios integrales de electricidad y automatización industrial realizada por el autor Joan Olivares Vargas (2024) brinda pautas clave acerca del proceso para elaborar un plan estratégico el aporte más relevante es el uso de herramientas tales como las 5 fuerzas de Porter para el análisis de competitividad en el mercado, la teoría del Balance Score Card que según lo define el autor como una herramienta para determinar que no solo los indicadores financieros son los que existen para el análisis o que el éxito del negocio se mide en dicho indicador sino más bien que existen otros indicadores para ello. El autor menciona que un plan estratégico debe contener herramientas aplicables, información e interpretación de resultados, determinación de teorías y como estas contribuyen a que una empresa sea competitiva y eficiente en cuanto al personal y el manejo de recursos, así como también que estrategias son necesarias para que una compañía lidere el mercado.

MARCO TEORICO

Análisis FODA

Por sus siglas Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas es un recurso estratégico que permite analizar la situación interna y externa que tiene una empresa con el fin de generar estrategias adecuadas. (Serna, 2020)

Ciclo de vida de una empresa

- **Lanzamiento:** es la primera etapa de toda empresa que inicia que busca posicionarse en el mercado para ello necesita seguir un plan de negocio para que pueda funcionar se caracteriza por tener una etapa de inversión, financiamiento, crecimiento lento, consumo de recursos y la mejora continua (Serrano, 2022).
- **Crecimiento:** Cuando la empresa supera la primera etapa positivamente es el momento de expandirse para ello se debe tener en consideración que los beneficios generados sean suficientes para nuevos cambios. Los resultados obtenidos se aprecian cuando existen más clientes, mejora la rentabilidad e ingresos y existe un mayor poder de negociación con proveedores (Serrano, 2022).
- **Madurez:** En esta etapa se presenta la estabilidad de la empresa. Es por ello que en este periodo no existen grandes cambios porque es autosustentable en financiamiento, clientes y en operaciones (Serrano, 2022).
- **Renovación o declive:** Para finalizar en esta etapa por lo general las empresas se pueden ver afectadas por el cambio externo ya sea por el mercado, la competencia o la falta de innovación. Esta fase no significa que la empresa tenga que cerrar ya que los líderes de la empresa serán los responsables de tomar decisiones importantes para refrescar el giro del negocio o la imagen de la compañía. (Serrano, 2022)

Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter

La teoría se define que una compañía puede lograr una ventaja competitiva utilizando el liderazgo en costo, enfoque o diferenciación con el apoyo de las cinco fuerzas competitivas del entorno. A continuación, una figura que resume las 5 fuerzas de Porter

Figura 1 Fuerzas de Porter



Nota: Tomado de Plan de Negocios (Planner, 2024) , representa las 5 fuerzas de Porter que una empresa debe contar para su competitividad

Teoría de BSC (Balance Score Card)

Es un modelo de gestión estratégica que permite a las empresas interpretar la visión y estrategia en un conjunto racional de objetivos e indicadores de eficiencia. Al contrario de métodos convencionales centrados en el análisis financiero, esta teoría incorpora indicadores complementarios que se apegan a la opinión del cliente. La herramienta es practica para la identificación de prioridades, la asignación de recursos y la mejora continua de los resultados haciendo que las actividades diarias contribuyan al desarrollo correcto de los objetivos estratégicos a largo plazo. (Kaplan R. S., 2021)

A continuación, una figura que representa el Balance Score Card:

Figura 2 Representación del Balance Score Card



Nota: Elaboración Propia, representa las cuatro áreas que de análisis para cumplir los objetivos de una empresa.

Escala de Likert

Acorde a la investigación realizada de la escala de Likert es una herramienta para poder interpretar información frente a una pregunta y evaluar cuantitativamente la percepción de la persona que contesta la pregunta con 5 opciones.

A continuación, la tabla de opciones aplicada a encuestas

Tabla 1 Escala Likert

Numero	Escala Likert
1	Muy desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Neutral
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

Nota: Elaboración Propia

CONCEPTOS

Eficiencia Empresarial

Consta de alcanzar los objetivos organizacionales tomando de manera óptima los recursos que se encuentran disponibles de allí la siguiente frase” Eficiencia es una relación dada entre los recursos que se utilizan y los resultados que se obtienen, buscando el valor más elevado en rendimiento con el menor gasto posible” (Weihrich, 2022)

Mejora Continua

Como lo redacta (Bryson, 2024), Las personas que lideran una empresa deben plantearse lo importante que es buscar nuevas tecnologías que contribuyan a la mejora continua de productos, servicios, procesos de fabricación, procesos internos de cada compañía para mejorar las experiencias y conocimiento. Tanto clientes como el personal de una empresa también denominado capital humano logran visualizar mejoras en sus diferentes áreas proyectando calidad y eficiencia a nivel empresarial.

A continuación, se muestra la figura de plan de mejora continua

Figura 3 Etapas de Mejora Continua



Nota: Tomado de la revista PROCES Consultores

en secuencia que se deben tomar para realizar un plan de mejora en una empresa.

Proveedor de servicios

Son aquellas empresas que como su nombre lo indica ofertan servicios a la población en general que puede ser un producto físico, intelectual o intangible.

Dependiendo el giro del negocio existen empresas que prestan servicios al sector público, al privado o ambos dependerá de su plan estratégico (Pacheco, 2023).

Cadena de Valor

Es una herramienta que identifica las fortalezas, debilidades y detecta potenciales ventajas que mejoran la competitividad de la empresa (CN, 2023).

Encuesta

Tomado del autor (David, 2020), Es una técnica de recopilación de información que permite adquirir datos cuantitativos y cualitativos directamente de un determinado grupo de personas, con el objetivo de analizar las opiniones de un tema en específico.

Población y Muestra

Para este proyecto es necesario conocer la definición de población que es el grupo de personas, elementos que tienen una o varias características relevantes para el análisis, en cambio la muestra es el subconjunto que representa a la población que es seleccionada utilizando criterios que faciliten la recopilación de datos (Hill, 2020).

Análisis de Resultados

Acorde al autor, la importancia de comprender los resultados obtenidos de la investigación realizada “encuestas y entrevistas” proporciona patrones, conclusiones, tendencias cuyo valor permite dar una respuesta a los objetivos enunciados en el proyecto (Barney, 2021).

1.2. Proceso investigativo metodológico

Enfoque de la Investigación

El presente estudio para el plan estratégico de la empresa Ingelpower S.A se desarrolla en un enfoque mixto es decir cuantitativo y cualitativo para emitir un análisis completo del plan estratégico. En la aplicación del enfoque cuantitativo permite la obtención de información medible numéricamente relacionados con eficiencia y la competitividad, mientras que el cualitativo contribuyo con la comprensión exhaustiva de los elementos internos y externos que afectan a la gestión de la empresa.

Tipo de Investigación

Del presente proyecto se optó por el tipo de investigación descriptiva y explicativa. Descriptiva porque se realizó el análisis actual de Ingelpower S.A en términos de eficiencia y competitividad y explicativa porque se busca establecer las causas que unen a las variables involucradas para corroborar la elaboración del plan estratégico.

Diseño de la Investigación

Se decidió por una estructura de investigación no experimental, transversal y correccional. No experimental ya que la investigación se enfoca en observar y analizar la realidad de Ingelpower sin intervenir en las variables. Transversal debió a que la información recopilada es en un espacio temporal. Correlacional porque se diagnosticaron las relaciones existentes entre diferentes elementos organizacionales que influyen en la eficiencia y competitividad de la empresa.

Población y Muestra

En el presente estudio fue conformada por el personal administrativo, directivo y operativo de Ingelpower quienes conocen a la empresa debido a su trayectoria y conocimiento interno/externo. No existió muestra ya que fue tomada como un censo interno del 100% de la población

Tabla 2 Población a investigar.

CARGO	CANTIDAD
GERENTE GENERAL	1
JEFE DE MARKETING	1
ASISTENTE DE MARKETING	1
JEFE FINANCIERO	1
CONTADOR	1
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	2
JEFE DE PROYECTOS	1
SUPERVISOR	1
LIDER DE TALLER ELECTROMECHANICO	1
OPERATIVOS	8
TOTAL	18
PORCENTAJE DE POBLACION	100%

Nota: Elaboración Propia con base a la plantilla del personal actual de la empresa Ingelpower S.A (2025).

Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Para el proyecto se utilizarán las técnicas de entrevista y encuesta el instrumento será el cuestionario mediante el uso de Google forms para su elaboración.

- **Encuesta**

Es la recolección de información que proviene de un determinado grupo de individuos para ello se realiza un cuestionario estructurado con preguntas cerradas aplicando la escala de Likert del cual se aplicó directamente al personal administrativo y operativo de la empresa Ingelpower “total 14 colaboradores” de manera online mediante el uso de la plataforma Google forms y se recalcó a los encuestados que la información proporcionada, así como la autoría anónima de cada integrante. De esta encuesta se obtiene información importante y necesaria para la elaboración del plan estratégico.

- **Entrevista**

Se caracteriza por ser una conversación estructurada enfocada a los directivos de la empresa con el objetivo de conseguir respuestas a preguntas relevantes sobre un determinado tema (Institute, 2021), está orientado al personal directivo como, gerentes y jefes de área cuya experiencia profunda en la misión, visión y gestión de la empresa otorgan información de gran aporte.

- **Análisis Documental**

Se realizó la búsqueda y segregación de información de otros planes estratégicos, conceptos y documentación de gran aporte para el tema de estudio.

1.3. Análisis de resultados

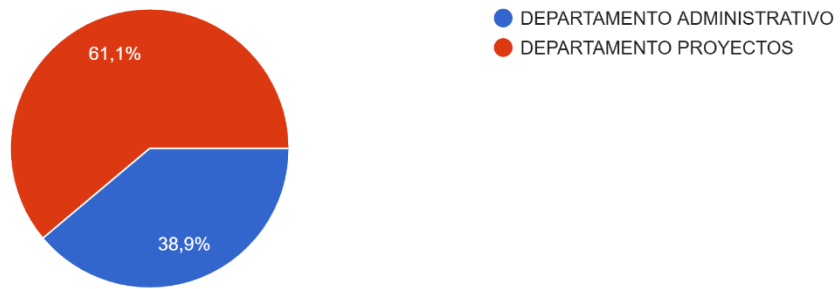
El presente análisis de resultados tiene como objetivo presentar los patrones, tendencias, gráficas y demás elementos necesarios para comprender la información cuantitativa y cualitativa tomada de las encuestas realizadas a los colaboradores de la empresa Ingelpower mediante el uso de la plataforma Google Forms y las entrevistas realizadas a los directivos de la empresa.

A continuación, la interpretación de la información:

Análisis de Encuesta

Mediante la siguiente figura se presenta el porcentaje de colaboradores que realizó la encuesta tanto el personal administrativo como proyectos.

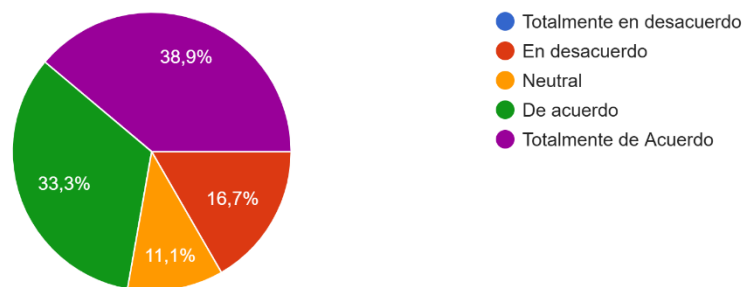
Figura 4 Colaboradores Encuestados Ingelpower



Nota. Elaboración Propia

Figura 5 Pregunta 1

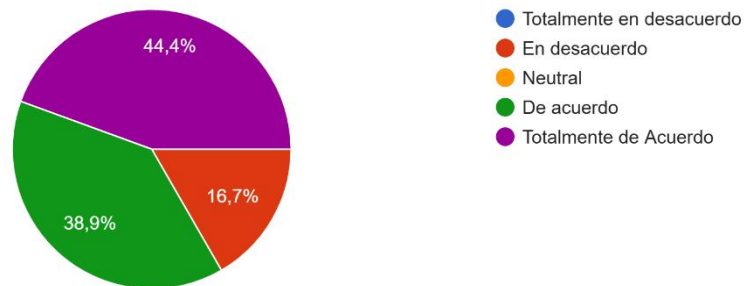
1. ¿La empresa tiene objetivos estratégicos claramente definidos y conocidos por todos los colaboradores?
18 respuestas



Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 72.2% e indica que los objetivos estratégicos de la empresa están bien definidos para todo el personal.

Figura 6 Pregunta 2

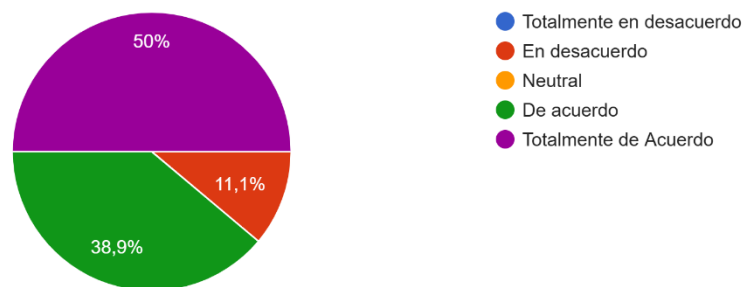
2. ¿La empresa Ingelpower cuenta con procesos concretos que permiten un trabajo eficiente?
18 respuestas



Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 83.3% e indica que la empresa cuenta con procesos bien definidos para un trabajo eficiente.

Figura 7 Pregunta 3

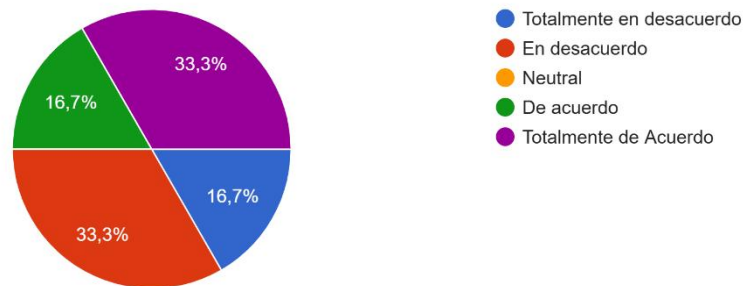
3. ¿Los recursos de la empresa (tecnológicos, humanos y económicos) se utilizan de manera correcta para alcanzar objetivos?
18 respuestas



Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 88.9% e indica que los recursos que posee la empresa tienen un uso adecuado por todos los colaboradores para alcanzar los objetivos.

Figura 8 Pregunta 4

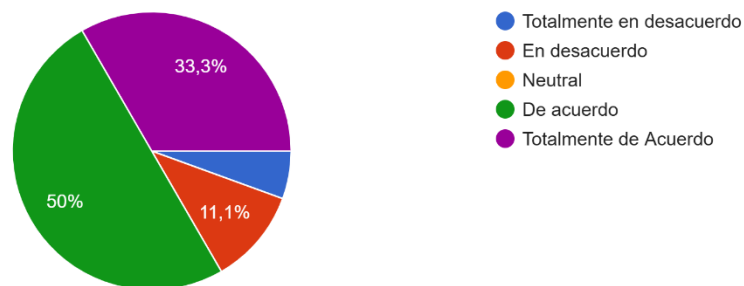
4. ¿Dentro de la compañía considera que existe el desarrollo de mejora continua e innovación?
18 respuestas



Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que existe una población dividida es decir el 50% está de acuerdo y totalmente de acuerdo y el otro 50% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo al desarrollo de mejora continua e innovación de la empresa. Al existir una opinión dividida se debe tomar en consideración para reforzar el desarrollo de mejora continua.

Figura 9 Pregunta 5

5. ¿Las decisiones estratégicas se toman a partir de información actualizada y análisis del entorno?
18 respuestas

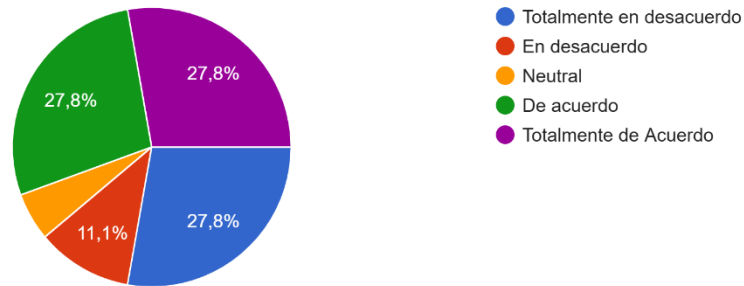


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza el 83.3% que está de acuerdo y totalmente de acuerdo que las decisiones estratégicas son tomadas a partir de un análisis del entorno.

Figura 10 Pregunta 6

6. ¿La compañía analiza periódicamente el mercado y la competencia para mantenerse actualizada?

18 respuestas

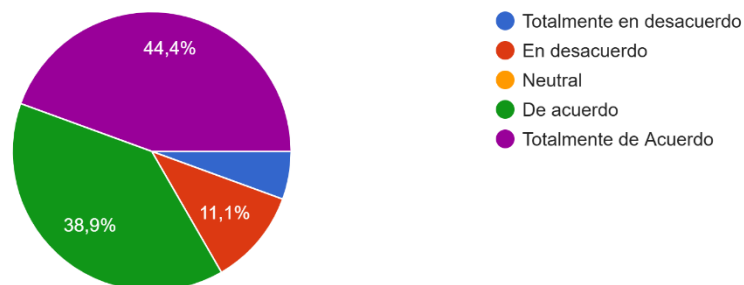


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 55.6% e indica que la compañía analiza el comportamiento de los competidores.

Figura 11 Pregunta 7

7. ¿Ingelpower presenta servicios con valor agregado que permite establecer una ventaja competitiva?

18 respuestas

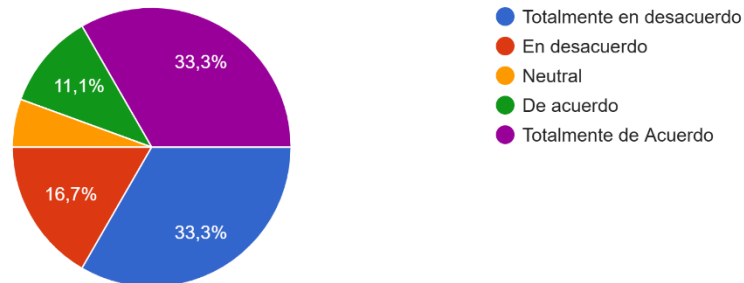


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 83.3% e indica que para la mayoría de los colaboradores están en conocimiento del valor agregado que brinda la empresa en sus servicios.

Figura 12 Pregunta 8

8. ¿Se fomenta la capacitación constante a los colaboradores para mejorar la calidad del servicio?

18 respuestas

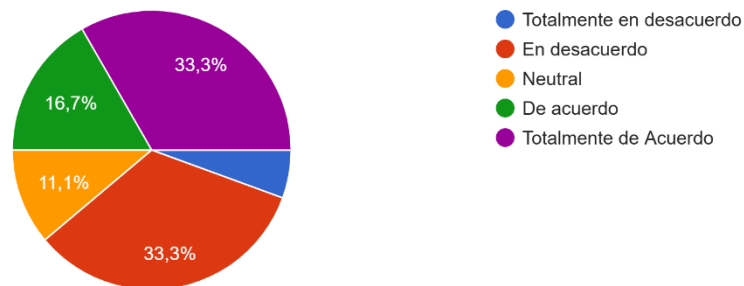


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el desacuerdo y totalmente desacuerdo da un valor de 50% la otra mitad se reparte entre neutro y de acuerdo, indica que para la mayoría de los colaboradores no hay el incentivo de capacitaciones para mejorar los servicios.

Figura 13 Pregunta 9

9. ¿La compañía invierte en innovación tecnológica como herramienta para mejorar la competitividad?

18 respuestas

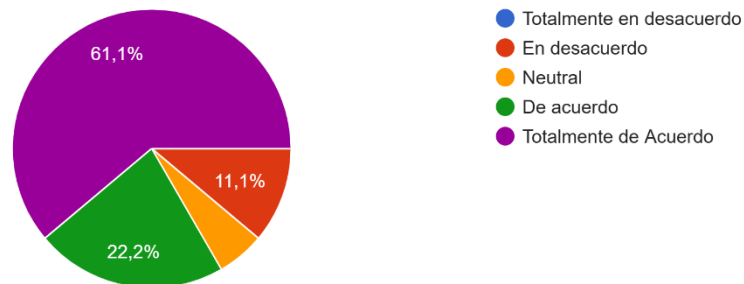


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 50% mientras la otra mitad se divide entre desacuerdo y neutral. Indica que la mayoría de los colaboradores afirman conocer que la empresa invierte en innovación tecnológica.

Figura 14 Pregunta 10

10. ¿El liderazgo de la empresa impulsa estrategias claras para destacarse en el mercado?

18 respuestas

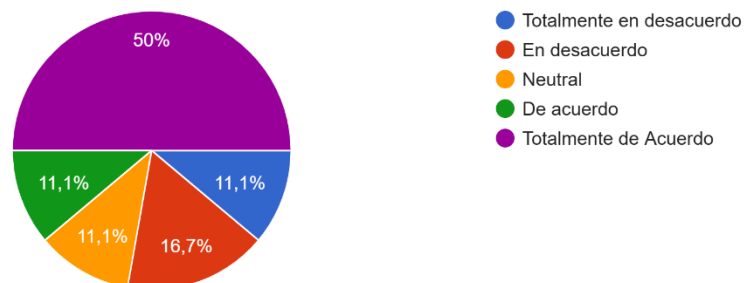


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 83.3% e indica que para la mayoría de los colaboradores afirman la existencia del liderazgo de la empresa en el mercado.

Figura 15 Pregunta 11

11. ¿La empresa realiza evaluaciones de manera periódica del desempeño en todas sus áreas operativas

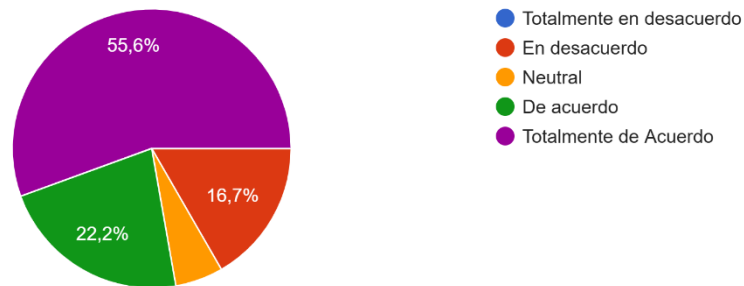
18 respuestas



Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 61.1%. Indica que la mayoría de los colaboradores afirma ser evaluados periódicamente por la empresa.

Figura 16 Pregunta 12

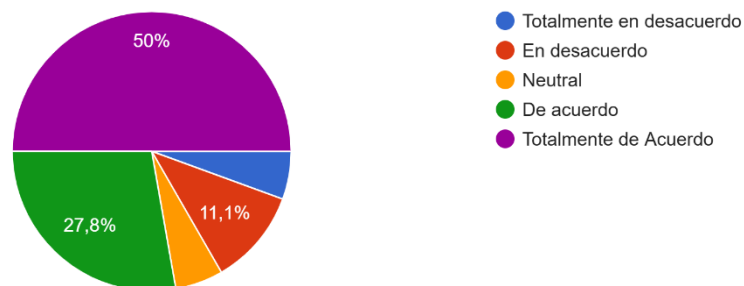
12. ¿Existen mecanismos claros para identificar y corregir falencias dentro de los procesos?
18 respuestas



Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 77.8%. La mayoría de colaboradores comparten la percepción de existencia de mecanismos para identificar falencias y corregirlos dentro de sus procesos.

Figura 17 Pregunta 13

13. ¿La empresa impulsa a la participación de los colaboradores en la mejora de procesos?
18 respuestas

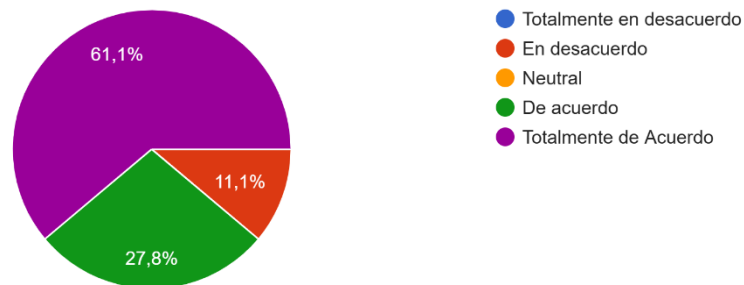


Nota. El grafico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 77.8% e indica que para la mayoría de los colaboradores están en conocimiento de su participación en la mejora de procesos.

Figura 18 Pregunta 14

14. ¿Los recursos y el tiempo son administrados de manera eficiente en cada proyecto?

18 respuestas



Nota. El gráfico representa en porcentaje el resultado obtenido de la población encuestada en la empresa Ingelpower del 100% de colaboradores se visualiza que la sumatoria entre el de acuerdo y totalmente de acuerdo da un valor de 88.9% e indica que para la mayoría de los colaboradores están en conocimiento de la eficiencia de recursos para cada proyecto.

Análisis de las Entrevistas

En relación a las entrevistas realizadas al gerente y jefes de área de la compañía se presenta las siguientes ideas principales:

- En anexos se encuentra la entrevista realizada al Gerente General de la empresa Ingelpower S.A, la información que aporta es que no se está tomando a la misión y visión de la empresa en serio, ya que como lo menciona “la empresa se ha desviado de la misión y visión ” actualmente el rumbo de la empresa no tiene una base sólida con la cual pueda apoyarse, con el liderazgo de igual manera indica que no existe liderazgo aceptable y en el ámbito laboral indican que internamente no se ha realizado una evaluación correcta al personal y tampoco verificar si existe eficiencia en cada servicio.
- En anexos se encuentra la entrevista realizada al jefe Financiero como información relevante menciona que existe una falta de inversión o presupuesto para la innovación tecnológica, en cuestión de personal y recursos no existe una preocupación o enfoque claro para destinar recursos en capacitaciones y mejora continua para los colaboradores.
- En anexos se encuentra la entrevista realizada al jefe de Marketing como dato importante se menciona la falta de inversión que permita la publicidad competitiva

así mismo se menciona que el valor agregado ofertado en cada servicio de Ingelpower es excelente pero no se ve promocionado hacia otros mercados.

- En el anexo 6 se encuentra la entrevista realizada al jefe de Proyectos de Ingelpower, las ideas principales del documento son netamente en el área operativa ya que los puntos más relevantes son fomentar la capacitación continua del personal, tomar las opiniones de los colaboradores para corregir falencias y que no existe una comunicación correcta entre todas las áreas de la empresa por lo que es tomado como falencia que debe mejorar.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

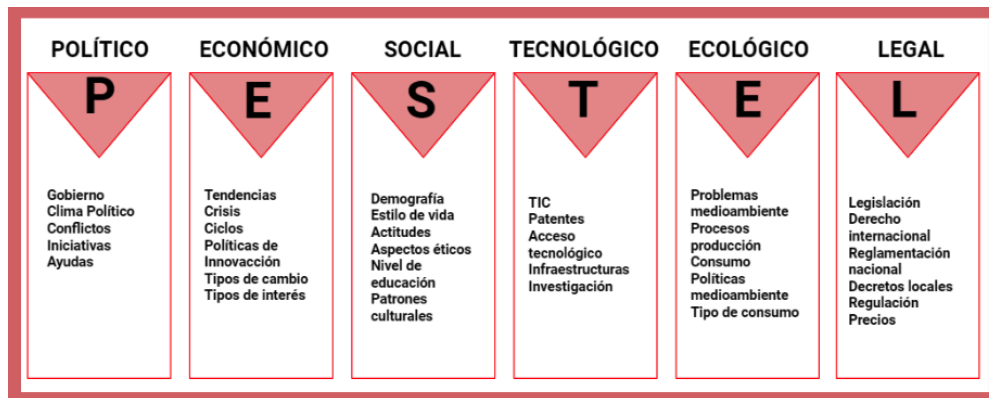
2.1. Fundamentos teóricos aplicados

El presente proyecto es un plan estratégico que permita enfocar y guiar a la empresa hacia la competitividad y eficiencia. El autor (Johnson G. S., 2022), define a la planificación estratégica como un proceso estructurado que favorece a las empresas en identificar las variables de su entorno interno y utilizar esa información para definir estrategias y objetivos proyectados a corto y largo plazo. Para la empresa Ingelpower cuya actividad es brindar servicios y mantenimiento eléctrico -electrónico es necesario tomar herramientas y teorías que permitan estructurar este plan estratégico.

Pestel

Es una herramienta necesaria para analizar los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que impactan en la compañía (Johnson G. W., 2020). A continuación, la siguiente figura explica la metodología.

Figura 19 Análisis Pestel



Nota: Figura tomada de (Saavedra, 2023)

Teoría 5 Fuerzas de Porter

Permite la comprensión del entorno competitivo, reconociendo el poder de negociación de clientes y proveedores, la amenaza de nuevos entrantes, productos sustitutos y la competencia entre empresas (Martínez, 2022). A continuación, la siguiente figura menciona a cada una de las 5 fuerzas de Porter.

Figura 20 Estructura 5 Fuerzas de Porter



Nota: Figura tomada de (Castañeda, 2024)

Análisis FODA

Establece fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como inicio para crear estrategias organizacionales que tengan sentido.

Balanced Scorecard (BSC)

El objetivo es ser un sistema completo de gestión estratégica que permite a las empresas interpretar la visión y estrategia en un conjunto racional de indicadores de eficiencia. Al contrario de métodos convencionales centrados en el análisis financiero, esta teoría incorpora indicadores complementarios que se apegan a la opinión del cliente. La herramienta es practica para la identificación de prioridades, la asignación de recursos y la mejora continua de los resultados haciendo que las actividades diarias contribuyan al desarrollo correcto de los objetivos estratégicos a largo plazo. (Kaplan R. S., 2020)

Con estas teorías y herramientas aplicados al presente proyecto aseguran que la empresa pueda ser competitiva en el mercado asegurando un mejor posicionamiento y fortalecer su presencia a largo plazo.

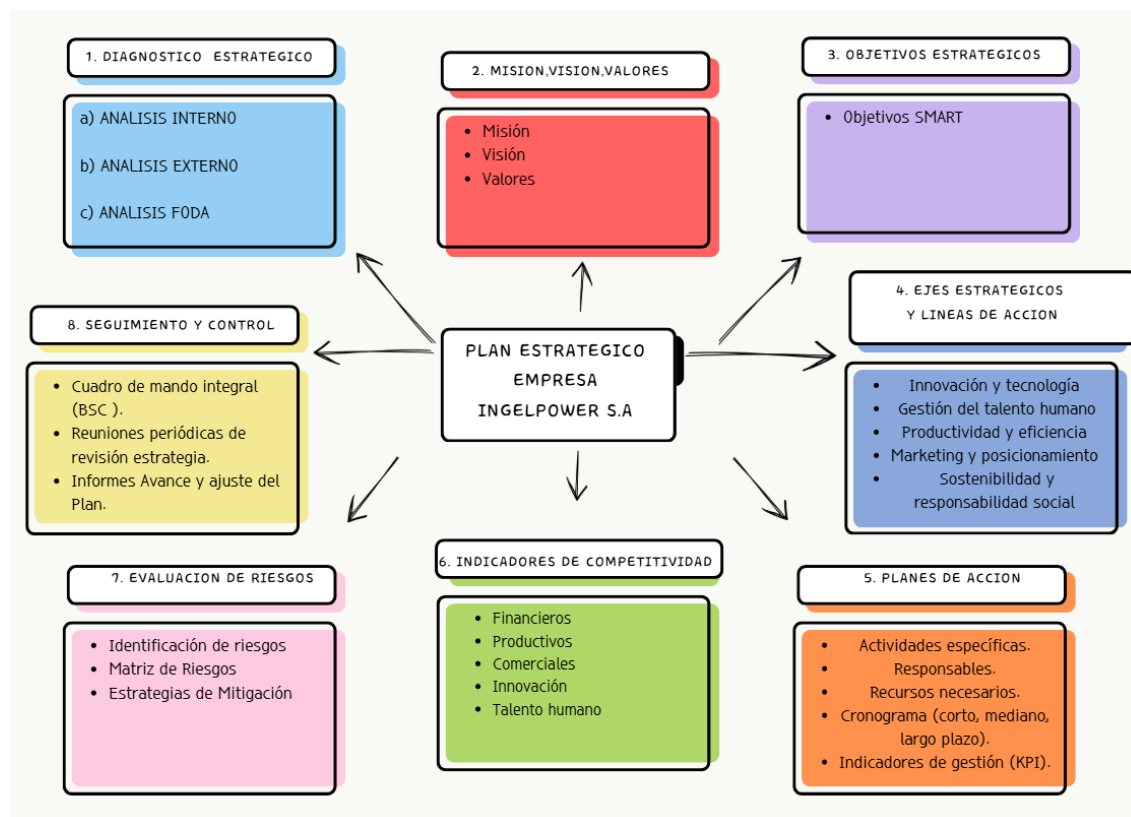
2.2. Descripción de la propuesta

El producto de la propuesta es diseñar un plan estratégico para la empresa Ingelpower ubicada en la ciudad de Quito que se estructura en tres ejes que son:

- Diagnóstico de la empresa utilizando las herramientas (PESTEL, PORTER, FODA)
- Determinación de los Objetivos Estratégicos
- Implementación del Balanced Scorecard (BSC)

a. Estructura general

Figura 21 Organizador Grafico Estructura de la Propuesta



Nota: La figura de elaboración propia, consta de la estructura aplicada para el plan estratégico de la empresa Ingelpower.

b. Explicación del aporte

El plan estratégico considerado para la empresa Ingelpower ubicada en la ciudad de Quito se basa en 8 ejes que a continuación, se presenta la aplicación de cada uno de estos componentes en la propuesta.

Diagnóstico Estratégico

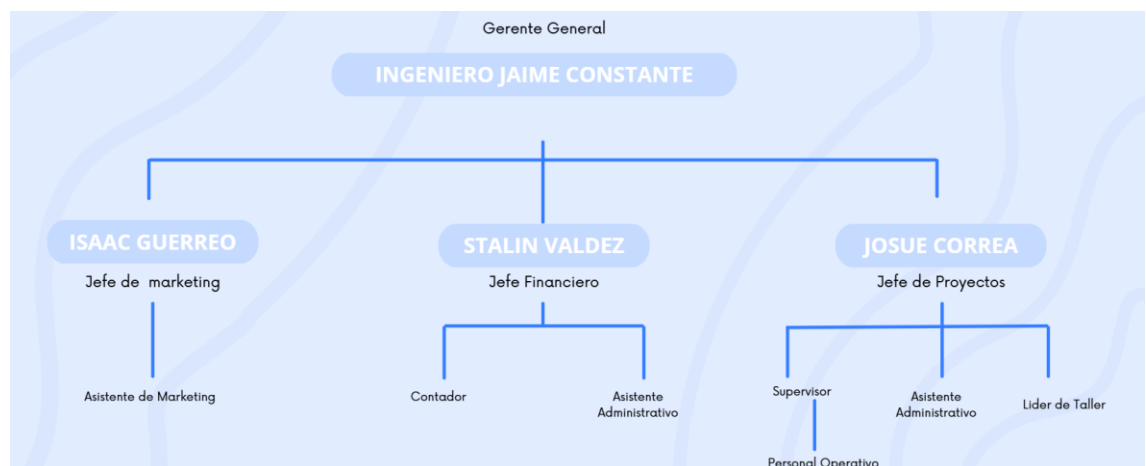
a) Análisis Interno

- Recursos y capacidades: La empresa cuenta con el recurso humano es decir los colaboradores que son especializados en todos los servicios que Ingelpower mantiene en su portafolio, se encuentra conformados por personal administrativo de apoyo, personal operativo (técnicos) e ingenieros. Financieramente la empresa se encuentra en una etapa de inestabilidad económica, aunque cuenta con proyectos y contratos recurrentes requiere de una mejor planificación para poder aprovechar los

recursos actuales. En el ámbito de tecnología, aunque dispone de equipos y maquinaria de ingeniería y diseño eléctrico que le permite cumplir con los proyectos se debe contemplar la inversión en innovación y actualización de tecnología.

- **Procesos internos y su eficiencia:** La empresa tiene procesos estandarizados para el manejo financiero de los proyectos, compras de cada proyecto, formatos para órdenes de compra, ingreso – egreso de herramientas. Aunque no todos se encuentran documentados de manera oficial, esto limita la eficiencia y evaluación final del proyecto. La mejora continua en procesos e implementación de metodologías contribuirán a minimizar costos y tiempos de culminación de proyectos.
- **Estructura organizacional:** Ingelpower cuenta con una estructura bien definida con los recursos que actualmente dispone debido a la inestabilidad económica en el área financiera se agrupa talento humano y como áreas principales ese encuentra: Marketing, Financiero, Proyectos. A continuación, la estructura organizacional:

Figura 22 Estructura Organizacional Ingelpower



Nota. Elaboración propia

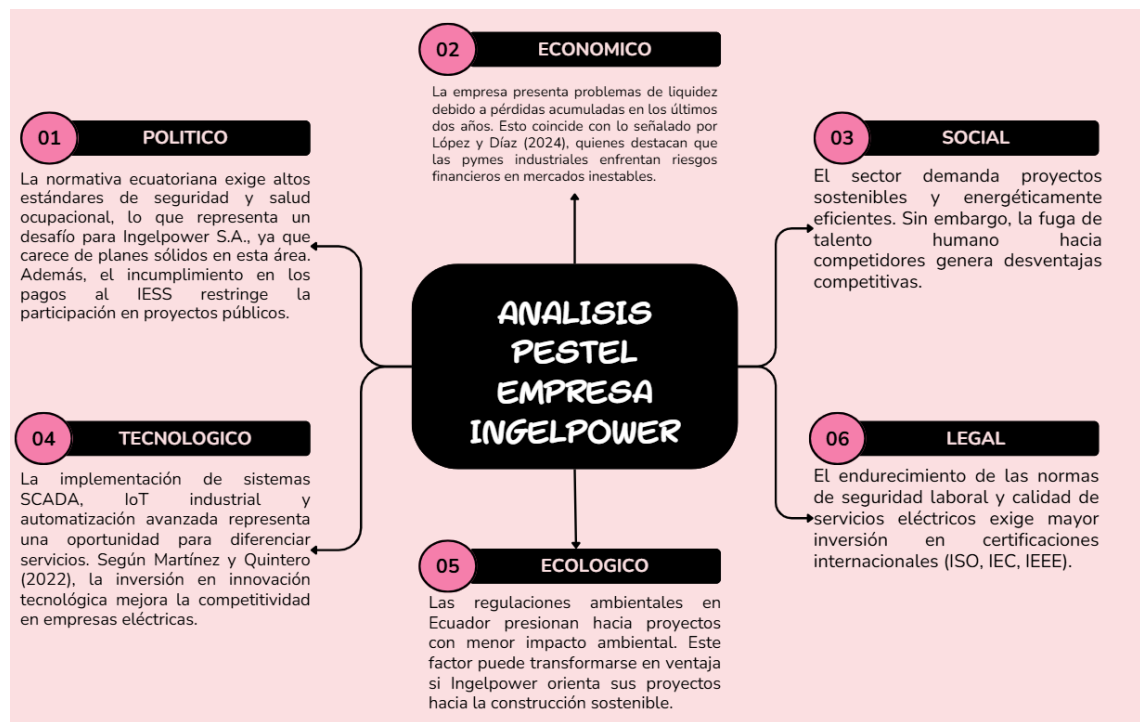
- **Cultura empresarial:** Según información interna de la empresa la cultura organizacional de Ingelpower se basa en la ética, responsabilidad y la satisfacción del cliente. Lo hace posible mediante el valor agregado a cada servicio realizado y al trabajo en equipo, aunque es necesario reforzar estos factores con la mejora continua de los colaboradores y la innovación.
- **Ventajas Competitivas Actuales:** Una de las principales ventajas es la experiencia de la empresa ya que cuenta con más de 10 años en el mercado, la calidad y la técnica en cada servicio realizado y el cumplimiento de estándares a nivel industrial son el reconocimiento que se ha ganado con los clientes.

b) Análisis Externo

Mediante la aplicación de herramientas como PESTEL, PORTER, se obtiene el diagnóstico externo de la compañía.

Análisis PESTEL

Figura 23 Análisis PESTEL empresa Ingelpower



Nota. La figura realizada en Canvas, demuestra los 6 aspectos de diagnóstico para la empresa Ingelpower mediante la herramienta PESTEL, esta información y el análisis se realizaron en base a información interna de la compañía.

- **Político:** En el análisis la empresa presenta una brecha que requiere de acciones debido a su economía interna decreciente, poder cumplir con todas las obligaciones que el reglamento ecuatoriano exige para los trabajadores, la empresa hace que internamente requiera de nuevas estrategias e inversión.
- **Económico:** La empresa enfrenta riesgos financieros que requieren de estrategias claras para manejar de mejor manera los recursos actuales.
- **Social:** Aunque en la empresa existe una fuga del talento humano debido a la inestabilidad que presenta, las oportunidades para empresas de servicios eléctricos son extensas en el Ecuador porque actualmente existe una gran demanda en proyectos que sean energéticamente eficientes donde Ingelpower puede posicionarse.

- Tecnológico: En la industria actualmente existe gran demanda por la innovación de sus procesos y automatización tecnológica. La empresa debe buscar estrategias para la mejora continua de sus colaboradores e innovación tecnológica.
- Ecológico: Las políticas y nuevas regulaciones en el país optan por implementar nuevas soluciones energéticas que sean eficientes y amigables con el medio ambiente. Ingelpower según información interna se encuentra ya en la línea de proyectos con energías renovables con lo que se convierte en una oportunidad para nuevos mercados.
- Legal: La empresa no cuenta con certificaciones de origen internacional para validar sus procesos o sus servicios, lo que ocasiona una desventaja.

Análisis 5 Fuerzas de PORTER

Figura 24 Las 5 fuerzas de Porter para la empresa Ingelpower



Nota. La figura realizada en Canvas, demuestra los 5 aspectos de análisis mediante las 5 fuerzas de Porter a la empresa Ingelpower con el fin de diagnosticar la competitividad de la información obtenida se presenta como nuevos competidores entrantes a una empresa fundada por ex colaboradores al igual que en las amenazas de nuevos productos sustitutos se encuentra nuevas tecnologías y va de la mano con la capacitación constante e innovación tecnológica, la información y el análisis se realizaron en base a información interna de la compañía.

Competencia Directa e Indirecta

Con la información obtenida de las herramientas Pestel y Porter, la competencia directa está conformada por compañías que ofertan los mismos servicios y soluciones al sector industrial, adicional a ello en la competencia existen compañías fundadas o ligadas a excolaboradores que conocen de la dinámica de Ingelpower. La competencia indirecta proviene de empresas extranjeras según información interna de Ingelpower existen compañías que no son nacionales en sectores mineros, petroleros cuya ventaja es la innovación tecnológica en sus procesos y valores competitivos.

Oportunidades y Amenazas

Oportunidades: Alta demanda de proyectos industriales y eléctricos, impulso de energías renovables, actualización hacia la industria digital y automatizada.

Amenazas: Competencia agresiva en costos, inestabilidad financiera.

c) Análisis FODA

Figura 25 Análisis FODA para empresa Ingelpower



Nota. Mediante el uso de la herramienta Canvas se realiza el siguiente cuadro que presenta el análisis FODA de la empresa Ingelpower, como resumen se tiene lo siguiente.

- **Fortalezas:** La trayectoria y experiencia de Ingelpower es un pilar fundamental, también las soluciones que ofrece son innovadoras para sus clientes.
- **Oportunidades:** En Ecuador actualmente existe un alto crecimiento de proyectos energéticos que impulsen la sostenibilidad y eficiencia, la innovación tecnológica también es un factor positivo para la empresa donde existen oportunidades.
- **Amenazas:** La competencia y la implementación de nuevas políticas públicas para la seguridad y salud ocupacional son componentes que la empresa debe mejorar para ser competitiva.
- **Debilidades:** La falta de liquidez, economía decreciente y pérdida de personal capacitado son factores que debilitan la estabilidad interna de la empresa.

Factores críticos de éxito (FCE)

- Optimización de procesos internos de la empresa.
- Solventar la sostenibilidad ambiental y financiera.
- Poner en marcha la innovación tecnológica.
- Reforzar la fidelización de los clientes.

Misión, Visión y Valores

La empresa Ingelpower ya cuenta con una misión, visión y estructura organizacional que se detallara a continuación, adicional se identificaran los objetivos estratégicos aplicados a este proyecto una vez analizada la información del diagnóstico, y los datos obtenidos de encuestas – entrevistas.

Misión

Utilizamos el ingenio para generar soluciones eléctricas basadas en la ciencia energética, que promuevan la tranquilidad y satisfacción de nuestros clientes. Para nosotros la pasión debe estar atada al más alto sentido de responsabilidad, esto nos permite ofrecer resultados que superan las expectativas.

Visión

Para nosotros no se trata de ser los más grandes, se trata de trabajar juntos con nuestros clientes para ser los mejores.

Valores

La empresa establece como valores fundamentales: La ética profesional, responsabilidad y el trabajo en equipo.

Objetivos Estratégicos

Con toda la información recopilada, las herramientas de análisis aplicadas en el presente proyecto se presentan a continuación los siguientes objetivos estratégicos tomando en consideración las amenazas y debilidades con relevancia para la empresa como lo son: falta de liquidez, escasez de personal con experiencia, falta de capacitación continua e innovación tecnológica, carencia de herramientas que permitan medir indicadores para los objetivos.

- Mejorar la sostenibilidad económica de Ingelpower, mediante el uso adecuado de los recursos que posee la empresa en todas las áreas, inventario, financiero, talento humano, procesos que permitan estabilizar la economía y liquidez en un plazo de 5 años con el 30 por ciento de participación en el mercado.
- Aumentar la satisfacción y el compromiso de clientes, con soluciones innovadoras para el sector eléctrico con enfoque hacia la sostenibilidad y eficiencia energética en un 85 por ciento en tres años.
- Desarrollar la eficiencia en procesos internos por medio de la digitalización, implementación de procedimientos claros y adquisición de certificaciones como gestión de calidad, seguridad industrial con el objetivo de aumentar la competitividad de la empresa en el mercado de Ecuador logrando el cumplimiento en un 100% en medidas de seguridad y menos del 20% por ciento en indicador de la duración para cada proyecto en tres años.
- Impulsar y mejorar el talento humano, mediante programas de capacitación continua en nuevos procesos tecnológicos como automatización, el internet de las cosas, sistemas Scada logrando 40 horas de capacitación anuales por cada colaborador en conjunto con incentivos que aporten a la estabilidad de los colaboradores en la empresa.

Ejes estratégicos y líneas de acción

- Innovación y tecnología: automatización de procesos e introducción hacia la digitalización industrial, inversión en I+D
- Desarrollo de talento humano: Capacitación continua, liderazgo y motivación.

- Productividad y eficiencia: uso adecuado de los recursos, optimización de procesos y mejorar la calidad en cada servicio.
- Marketing y posicionamiento: iniciativas de campañas digitales y estrategias de captación nuevos clientes mediante la diferenciación de servicios en el mercado.
- Sostenibilidad y responsabilidad social: uso eficiente de los recursos renovables como la energía, incorporación de buenas prácticas ambientales en cada proyecto.

Planes de acción

Tabla 3 Planes de acción empresa Ingelpower

Objetivo	Acción	Responsable	Recurso	Plazo	Indicador
			s		
Elevar la cantidad de mercado	Lanzar campaña digital enfocado a ciertos mercados	Área de Marketing	\$2000	6 meses	% de aumento de ventas
Minimizar costos de operación	Implementar software dedicado a la gestión de proyectos	Área de Proyectos	\$5000	12 meses	% disminución de costos
Implementar 2 nuevos productos	Diseñar un sub área complementaria al área proyectos de I+D	Gerencia General	\$15000	12 meses	Numero de productos nuevos
Mejorar la satisfacción del cliente	Construir un modelo de retroalimentación	Área de Proyectos/Marketing	\$3000	12 meses	Índice de satisfacción en %
Capacitar a los colaboradores	Plan anual de capacitación técnica	Área financiera/RRHH	\$10000	12 meses	Número de horas de capacitaciones por colaborador

Nota. Elaboración Propia

Indicadores de Competitividad

Tabla 4 Índice de Competitividad empresa Ingelpower

Indicador	Descripción
Financiero	Rentabilidad en ventas (proyectos), aumento de ingresos anuales, margen de contribución.
Productivo	Eficiencia en los proyectos, optimización de materiales, cumplimiento de plazos de ejecución.
Comercial	Participación en el mercado, nivel de fidelización de clientes.
Innovación	Nuevos productos lanzados.
Talento Humano	Índice de satisfacción laboral, horas de capacitación a cada colaborador.

Nota. Elaboración Propia, estos indicadores permiten conocer si la empresa mantiene un desempeño competitivo en el mercado.

Evaluación de Riesgos

Mediante la siguiente tabla se establece una matriz de riesgos que identifica aspectos financieros, tecnológicos y operativos considerando el nivel e impacto para la empresa así mismo las estrategias de mitigación a implementar.

Tabla 5 Matriz de Riesgos empresa Ingelpower

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Nivel	Estrategia de Mitigación
Retraso en la culminación de proyectos.	Alta	Alto	Critico	Mejorar la gestión de los proyectos y control de tiempos.
Obsolescencia tecnológica	Media	Alto	Alto	Inversión periódica en

				equipos y software.
Rotación de personal	Alta	Medio	Medio	Programas de incentivos y motivación para la fidelización de los colaboradores.
Dependencia de clientes grandes	Media	Alto	Alto	Diversificación de clientes nuevos.

Nota. Elaboración Propia

Seguimiento y Control

Cuadro de Mando Integral

Mediante el uso de la herramienta Balance Scorecard (BSC), permite traducir los objetivos estratégicos en indicadores cuantificables, con ello la empresa podrá tener el seguimiento y control de cada actividad para mejorar la competitividad y estabilidad de la empresa alineando con la misión, visión y estructura organizacional.

La información presentada en la tabla como el alcance, los porcentajes de cada indicador y el plazo son acorde a la información interna de la empresa, entrevista con la gerencia, el área financiera, clientes y jefe de proyectos.

A continuación, se presenta la estructura que se utilizara para esta herramienta basado en los cuadros ejes estratégicos, financiero, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento.

Tabla 6 Modelo de Implementación Balanced Scorecard para la empresa Ingelpower S.A

Área	Objetivo Estratégico	Indicador	Alcance	Responsable	Plazo
Financiera	Mejorar la economía de la empresa	Rendimiento Operativo	+30% en 5 años	Jefatura Financiera	Semestral
		Cartera Vencida	-5% en 1 año		
Clientes	Aumentar la satisfacción y fidelización	Índice de Satisfacción del cliente	Mayor o igual al 85% en 3 años	Jefatura de Marketing/Gerencia General	Anual

		Porcentaje de renovación de contratos	80%		
Procesos	Desarrollar la eficiencia interna	Duración de culminación proyectos en menor tiempo de lo planificado	-20% en 3 años	Jefatura de Proyectos	Semestral
		Implementación de Normas de seguridad y salud ocupacional	100% en 3 años	Seguridad y Salud Ocupacional externo	Semestral
Aprendizaje	Impulsar y mejorar el talento humano	Horas de capacitación por colaborador	40 horas cada año	Jefatura financiera/ RRHH	Anual

Nota. La tabla presentada de elaboración propia, contempla una estructura con metas y tiempos de revisión para que la empresa ejecute, controle y cumpla el plan estratégico asegurando la sostenibilidad, ventaja competitiva en el tiempo.

Adicionalmente como complemento del seguimiento y control se establecen las reuniones periódicas que serán cada trimestre entre todas las áreas para la diagnosticar los objetivos e indicadores, los informes de cumplimiento preparados por cada área de la empresa y presentados a la gerencia general y por último ajustes al plan estratégico según cambios que existan en el entorno y el desempeño.

c. Estrategias y/o técnicas

El proyecto de titulación presentado se basa en la implementación de un plan estratégico que utiliza una metodología clara y bien estructurada del análisis y objetivos propuestos para mejorar la competitividad de la empresa.

Para el proceso investigativo se utilizó el tipo de investigación mixto (cualitativo y cuantitativo) en donde se aplicó a toda la población de la empresa una encuesta y a los directivos y jefes de área una entrevista con la consigna de obtener información crucial para el proyecto desde la percepción de los 18 colaboradores.

En relación al diagnóstico y análisis interno- externo de la empresa se utilizó el modelo de Pestel que enfoca la recopilación de datos en un entorno macro general de la empresa en los aspectos políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ambientales y legales. Por otra

parte, se implementó el análisis de Porter para determinar el nivel de competitividad de la empresa analizando las cinco fuerzas que afectan a la sostenibilidad de la empresa.

El análisis FODA se implementó para complementar y definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que la empresa tiene esta información es de gran valor que se interrelaciona con el resto de técnicas.

Por último, para evaluar y diagnosticar el cumplimiento de los objetivos estratégicos la técnica del Based Scorecard (BSC) es una herramienta que permitirá a la empresa traducir sus operaciones en indicadores que se evaluarán en determinados periodos si se encuentra dentro de los lineamientos de cumplimiento para mejorar su rentabilidad y competitividad a lo largo del tiempo.

2.3. Validación de la propuesta

Para el proyecto se realiza la validación por medio de tres especialistas que tienen la formación académica de Magister en sistemas de gestión, inteligencia de negocios y control de gestión especialidades cuya rama de conocimiento es la administrativa. Los especialistas revisaron, observaron y analizaron el proyecto de titulación validando que la estructura y contenido cumplan con el modelo requerido según el formato de validación. Los resultados y el detalle de cada especialista se encuentran en los anexos.

Tabla 7 Perfil descriptivo de Especialistas Validadores

Apellidos y Nombres	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
José Welinton Palma Riera	20	Magister en sistemas de gestión Integrados	Gerente financiero administrativo
Vilma Liliana Condor Quishpe	3	Magister en inteligencia de negocios e inteligencia del consumidor	Jefe de marca
Michelle Carolina Ramos Vargas	9	Magister en Control de Gestión/ Controlling	Auditor Interno

Nota. Elaboración propia

Tabla 8 Resultados de Validación

Impacto	Especialista	Especialista	Especialista	Total	Porcentaje
	1	2	3		
Impacto	5	5	5	15	100%
Aplicabilidad	5	5	5	15	100%
Conceptualización	5	5	5	15	100%
Actualidad	5	5	5	15	100%
Calidad Técnica	5	5	5	15	100%
Factibilidad	5	5	5	15	100%
Pertinencia	5	5	5	15	100%
Total	35	35	35	105	100%

Nota. Elaboración propia

2.4. Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 9.

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Diagnóstico del entorno	Teoría de Pestel	Investigación descriptiva con enfoque cualitativo y cuantitativo.	Revisión documental, análisis de tendencias externas.	Identificación de riesgos y oportunidades externas que afectan la competitividad de Ingelpower.	PESTEL
Análisis de la Competencia	Teoría de las 5 Fuerzas de Porter	Método analítico comparativo frente a competidores directos.	Entrevistas a los directivos de la compañía y análisis sectorial.	Conocimiento de las presiones competitivas y el posicionamiento de la empresa en el mercado eléctrico.	PORTER
Diagnostico Interno	Análisis Estratégico	Investigación mediante el uso entrevistas y encuestas.	Matriz FODA con énfasis de factores internos y externos.	Determinación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.	FODA

Definición	Planificación	Enfoque deductivo,	Talleres de	Formulación de	FODA-PORTER
Estratégica	Estratégica	análisis de resultados previos y priorización.	planificación participativa con directivos.	objetivos estratégicos alineados con misión y visión.	
Implementación y Control	Teoría Balanced Scorecard	Método de gestión estratégica basada en indicadores.	Diseño de indicadores KPI en 4 perspectivas (financiera, clientes, procesos, aprendizaje)	Monitoreo del desempeño organizacional y control del plan estratégico.	Balanced Scorecard

Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- El análisis de los fundamentos teóricos sobre la planificación estratégica posibilitó que aplicar los modelos teóricos como Pestel, Porter, FODA y Based Scorecard son herramientas de gran ayuda para Ingelpower porque proporcionan un enfoque completo de su entorno competitivo, interno y externo.
- La evaluación estratégica arrojó que la empresa Ingelpower cuenta con fortalezas importantes como la experiencia de más de 10 años en el mercado, talento humano especializado con cultura de mejora continua. Se detectó debilidades relacionadas con la inestabilidad financiera que atraviesa, la falta de definición de procesos y limitaciones con la inversión tecnológica, que a mediano plazo puede afectar su eficiencia.
- Mediante el diseño del plan estratégico, se propusieron acciones que promuevan la eficiencia operativa, la mejora competitiva, y el fortalecimiento a la innovación que se encuentren alineadas con la misión, visión de la empresa.
- La implementación del plan estratégico proporcionará a Ingelpower establecerse como una compañía líder en soluciones eléctricas y automatización, asegurando mayor estabilidad y diferenciación en un mercado de alta competitividad.

RECOMENDACIONES

- Establecer de manera gradual el plan estratégico: Implementar las estrategias detalladas por fases, tomando en consideración el orden y el aporte que brinda a la eficiencia operativa y satisfacción al cliente.
- Reforzar el talento humano de la empresa: Fomentar planes de capacitación y mejora continua, así como también aspectos en el área de seguridad industrial y gestión de proyectos con el objetivo de mantener a los colaboradores alineados a las normativas del mercado.
- Seguimiento mediante Balanced Scorecard: Aplicar esta herramienta como un modelo de diagnóstico estratégico y medir de manera periódica el avance de la empresa en las cuatro perspectivas: financieras, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento.
- Desarrollo organizacional de la empresa: Incentivar a todos los colaboradores una cultura de trabajo en equipo, la fidelización y comunicación entre todas las áreas.
- Valoración y actualización periódica: Verificar el plan estratégico cada 2 años y ajustarlo acorde a factores cambiantes como el político, económico y tecnológico para garantizar su eficacia.

BIBLIOGRAFÍA

- Barney, J. B. (2021). *Strategic management and competitive advantage (7th ed.)*. Pearson.
- Bryson, J. M. (2024). *Strategic planning for public and nonprofit organizations (6th ed.)*. Wiley.
- Castañeda, P. (2024). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Obtenido de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- CEPAL. (2020). *Desafíos estructurales para la competitividad empresarial en América Latina*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46095-desafios-estructurales-la-competitividad-empresarial-america-latina>
- CN, R. (04 de 06 de 2023). *Cadena de valor de Porter: definición, utilidad y análisis*. Obtenido de <https://crecenegocios.com/cadena-de-valor/>
- David, F. R. (2020). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (17th ed.)*. Pearson.
- Desarrollo, B.—B. I. (2024). Support for the energy transition and electricity sector resilience in Ecuador (EC-L1293).
- F.R., D. (2021). *Strategic Management: Concepts and Cases (15th ed.)*. Pearson. Obtenido de <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/strategic-management-concepts-and-cases/P200000003843>
- Hill, C. W. (2020). *Strategic management: Theory: An integrated approach (13th ed.)*. Cengage.
- INEC. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, Ecuador). Información económica y empresarial*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Institute, P.—P. M. (2021). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide) (7th ed.)*. PMI.
- Jebb, N. y. (2021). *A Review of Key Likert Scale Development Advances: 1995–2019*. Obtenido de https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8129175/?utm_source=chatgpt.com
- Johnson, G. S. (2022). *Exploring Corporate Strategy (12.a ed.)*. Pearson.
- Johnson, G. W. (2020). *Exploring strategy (12th ed.)*. Pearson.
- Juarez, M. G. (2025). *Población y muestra*. Obtenido de <https://www.probabilidadyestadistica.net/poblacion-y-muestra/>
- Kaplan, R. S. (2020). *Using the balanced scorecard as a strategic management system—Updated*. Harvard Business Review.
- Kaplan, R. S. (2021). *The balanced scorecard: Translating strategy into action (Reprint ed.)*. Harvard Business Review Press.
- Martínez, A. &. (2022). Las cinco fuerzas de Porter y la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(1), 112-125.
- OLIVARES, J. (2024). *PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA UNA EMPRESA DE INGENIERIA DEDICADA A LA PRESTACION DE SERVICIOS INTEGRALES DE ELECTRICIDAD Y AUTOMATIZACION INDUSTRIAL*. CHILE .

- Pacheco, J. (27 de 11 de 2023). *Empresa De Servicios (Qué Son, Tipos, Clasificación Y Características)*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/empresa-de-servicios/>
- Planner, E. (11 de 06 de 2024). *Plan de Negocios* . Obtenido de <https://plandenegociosperu.com/que-son-las-5-fuerzas-de-porter-y-en-que-consiste-cada-una-de-ellas/>
- Reinoso, C. F. (29 de 05 de 2021). *La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052017000200411
- Ruano, J. (2023). *Uisrael*. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/3849>
- Saavedra, J. A. (03 de 05 de 2023). *Qué es el análisis PESTEL y cómo hacerlo: factores y ejemplos*. Obtenido de <https://ebac.mx/blog/que-es-el-analisis-pestel>
- Serna. (2020). *Gerencia Estrategica (Edision Actualizada)*. Bogota: Universidad de los andes.
- Serrano, E. (12 de 02 de 2022). *etapas del ciclo de vida de una empresa*. Obtenido de <https://www.financlick.es/cuales-son-las-etapas-del-ciclo-de-vida-de-una-empresa-n-301-es#:~:text=Renovaci%C3%B3n%20o%20declive,de%20vida%20son%20las%20siguientes:>
- Taherdoost, H. (2021). What is the best response scale for survey and questionnaire design; Review of different lengths of Likert-type scale. *International Journal of Academic Research in Management*, 10(1), 1–10.
- Weihrich, K. (2022). *Desarrollo Empresarial*.
- Wheelen, T. L. (2022). *Strategic management and business policy (16th ed.)*. Pearson.

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA

EL PRESENTE FORMATO ES DIRECCIONADO A LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
INGELPOWER S.A

SECCION 1: DIAGNOSTICO ACTUAL DE LA EMPRESA

1. ¿La empresa tiene objetivos estratégicos claramente definidos y conocidos por todos los colaboradores?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. ¿La empresa Ingelpower cuenta con procesos concretos que permiten un trabajo eficiente?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. ¿Los recursos de la empresa (tecnológicos, humanos y económicos) se utilizan de manera correcta para alcanzar objetivos?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4. ¿Dentro de la compañía considera que existe el desarrollo de mejora continua e innovación?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo

- Totalmente de acuerdo

5. ¿Las decisiones estratégicas se toman a partir de información actualizada y análisis del entorno?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

SECCION 2: COMPETITIVIDAD

6. ¿La compañía analiza periódicamente el mercado y la competencia para mantenerse actualizada?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

7. ¿Ingelpower presenta servicios con valor agregado que permite establecer una ventaja competitiva?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8. ¿Se fomenta la capacitación constante a los colaboradores para mejorar la calidad del servicio?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. ¿La compañía invierte en innovación tecnológica como herramienta para mejorar la competitividad?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral

- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

10. ¿El liderazgo de la empresa impulsa estrategias claras para destacarse en el mercado?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

SECCION 3: EFICIENCIA INTERNA

11. ¿La empresa realiza evaluaciones de manera periódica del desempeño en todas sus áreas operativas?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

12. ¿Existen mecanismos claros para identificar y corregir falencias dentro de los procesos?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

13. ¿La empresa impulsa a la participación de los colaboradores en la mejora de procesos?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

14. ¿Los recursos y el tiempo son administrados de manera eficiente en cada proyecto?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

ANEXO 2

FORMATO DE ENTREVISTA

EL PRESENTE FORMATO ESTA DIRIGIDO A DIRECTIVOS Y JEFES DE AREAS ESPECIFICAS DE LA
EMPRESA

Nombre:

Cargo:

Área:

Fecha de la entrevista:

1. **¿Considera que la misión y visión actual de Ingelpower se están cumpliendo?**
2. **¿Qué cambios sugeriría para actualizar la visión o misión?**
3. **¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la empresa?**
4. **¿Qué debilidades internas están limitando el rendimiento o crecimiento de Ingelpower?**
5. **¿Cuenta la empresa con los recursos humanos y técnicos necesarios para alcanzar sus metas estratégicas?**
6. **¿Cómo evalúa el liderazgo y la toma de decisiones dentro de la empresa?**
7. **¿Qué nivel de innovación tecnológica aplica actualmente la empresa en sus operaciones?**
8. **¿Qué nivel de satisfacción tienen actualmente los clientes con los servicios?**
9. **¿Cómo describiría el clima laboral en la empresa?**
10. **¿Qué acciones considera necesarias para mejorar la eficiencia operativa de Ingelpower?**

ANEXO 3

AUTORIZACION PARA EL USO DE INFORMACION EMPRESA INGELPOWER



POWER

AUTORIZACION

Quito, 18 de agosto de 2025

Por medio del presente se autoriza al Señor Josué Alexander Correa Unda con C.I:1717775884, realizar y usar la información que sea pertinente en cuanto a la investigación para un plan estratégico de la Empresa Ingelpower S.A.

La presente autorización es válida, el tiempo necesario que exija la investigación.

Atentamente,

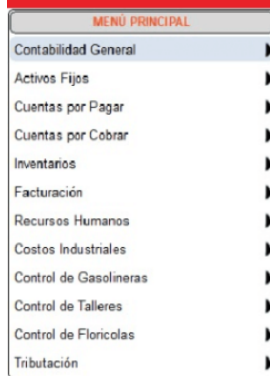
Ing. Jaime Constante.
Gerente General
INGELPOWER S.A.

ENERGIAS ALTERNATIVAS
DE POTENCIA
INGELPOWER S.A.

DIRECCION: Av. 6 de diciembre N47-203 y Samuel Fritz TELF: PBX 022-416-996 Ext.: 41 -42-43
Email: informacion@ingelcom.com.ec / www.ingelcom.com.ec / ingelpower
Quito-Ecuador.

ANEXO 4

SOFTWARE UTILIZADO PARA LA GESTION DE LA EMPRESA



© 2014 MPV Systems C.A. Ltda. todos los derechos reservados.
El Logo y la marca Firesoft son marcas registradas de Miguel Eduardo Paredes Vera (EPI No. QYE-005077)

FORMATOS UTILIZADOS PARA EL DESARROLLO INTERNO DE PROYECTOS

 INGELPOWER® Ingeniería de proyectos by INGELCOM		SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INGELPOWER						
		LISTA DE ITEMS PENDIENTES (PUNCH LIST)						
		PROYECTO xxxxxxxxxxxxxxxx						
		REG. RG-00001-		LOCACION:				
FECHA :		Pag. 1 De 1						
EQUIPO:								
DISCIPLINA:		IDENTIFICACION EQUIPO:		UBICACION:				
CIVIL	☐							
MECANICO	☐							
ELECTRICO	☒	NO APLICA	☒					
Item	Descripción de Pendiente			Categoría	Responsable	Fecha de Cierre	Responsable INGELPOWER (cierre)	Responsable CLIENTE (cierre)
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
CATEGORIA 'A'		Ítems pendientes que deben repararse, completarse o corregirse antes, para que la Planta o Sistema pueda funcionar y sin que impliquen riesgos en contra de las personas, medio ambiente y equipos.						
CATEGORIA 'B'		Ítems pendientes que pueden ser reparados, completados y corregidos en fecha futura, que permiten que la Planta o Sistema funcione sin riesgos para el personal o la operación.						
LISTA DE ITEMS PENDIENTES (PUNCH LIST) ORIGINADA POR:								
REPRESENTANTE INGELPOWER:								
NOMBRE:		FIRMA:		FECHA DE SUSCRIPCIÓN:				
REPRESENTANTE CLIENTE:								
NOMBRE:		FIRMA:		FECHA DE SUSCRIPCIÓN:				
SUBGERENCIA DE PROYECTOS INGELPOWER:								
NOMBRE:		FIRMA:		FECHA DE SUSCRIPCIÓN:				

ACTA ENTREGA – RECEPCION

DE: INGELPOWER

PARA:

FECHA:

Detalle:

ENTREGADO POR:

RECIBIDO POR:

INGELPOWER S.A
CONTROL DE HERRAMIENTAS
INGRESO - SALIDA

FECHA:	
PROYECTO:	
RESPONSABLE:	

ITEM	DESCRIPCION	MARCA	SALIDA	INGRESO	OBSERVACION
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					

FIRMA
RESPONSABLE TALLER

SOLICITUD DE CRÉDITO

MONTOS SOLICITADO: _____

1.- DATOS PERSONALES

TIPO DE CLIENTE: ☐ PERSONA NATURAL ☐ PERSONA JURÍDICA

SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL	CONYUGE DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL
APELLIDO PATERNO: _____	APELLIDO PATERNO: _____
APELLIDO MATERNO: _____	APELLIDO MATERNO: _____
NOMBRES: _____	NOMBRES: _____
CÉDULA/RUC/PASP: _____	CÉDULA/RUC/PASP: _____
NACIONALIDAD: _____	NACIONALIDAD: _____
DIRECCIÓN REP. LEGAL: _____	

2.- ACTIVIDAD ECONÓMICA

PÚBLICA ☐ PRIVADA ☐ COMERCIAL ☐ SERVICIOS ☐ PRODUCCIÓN ☐

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____	
ACTIVIDAD DE LA EMPRESA O NEGOCIOS: _____	
RUC: _____	
DIRECCIÓN: _____	
PROVINCIA: _____	CIUDAD: _____
PARROQUIA: _____	SECTOR: _____
TELÉFONO: _____	CELULAR: _____

3.- REFERENCIAS BANCARIAS

INSTITUCIÓN	TIPO:	N.º CTA.
	Ahorro (..) Cta. Cte. (.)	
	Ahorro (..) Cta. Cte. (.)	
	Ahorro (..) Cta. Cte. (.)	

4.- REFERENCIAS COMERCIALES

NOMBRE	PERSONA DE CONTACTO	TELÉFONO

5.- REFERENCIAS PERSONALES

NOMBRE	RELACIÓN	DIRECCIÓN	TELÉFONO

6.- ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO	VALOR	PASIVO	VALOR
CAJAS BANCOS		PRESTAMOS	
CUENTAS POR COBRAR		DOCUMENTOS/CTAS.	
INVENTARIO O MERCADERÍA		OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	
TERRENOS		OTRAS DEUDAS:	
INMUEBLES			
VEHÍCULOS			
OTROS BIENES			

7.- REQUISITOS

Adjuntar la siguiente Documentación:

Para personas Jurídicas:

- Copia de la Cédula del Representante Legal
- Certificados Bancarios
- Certificados Comerciales
- Copia del Ruc Actualizado
- Copia de la Constitución de la Empresa
- Copia del Nombramiento Actualizado del Representante Legal
- Pagaré a la orden
- Declaración Impuesto a la Renta

Para personas Naturales:

- Copia de la Cédula
- Copia del Ruc Actualizado
- Certificados Bancarios
- Certificados Comerciales
- Copia del último pago de la Luz, Agua o Teléfono

8.- FIRMAS AUTORIZADAS PARA ÓRDENES DE COMPRA Y RETIROS

NOMBRES COMPLETOS	CARGO	FIRMA	AUTORIZADO PARA

9.- CONDICIONES GENERALES

Autoriza(amos) expresa e irrevocablemente a AUTOMATIZACIÓN Y CONTROL INGELCOM CIA. LTDA. o quien sea el futuro cesionario, beneficiario o acreedor del crédito solicitado o del documento o título cambiario que lo respalde para que obtenga cuantas veces sean necesarias de cualquier fuente de información, incluidos burós de crédito, su información de riesgos crediticios, de igual forma, AUTOMATIZACIÓN Y CONTROL INGELCOM CIA. LTDA. o quien sea el futuro cesionario, beneficiario o acreedor del crédito solicitado o del documento o título cambiario que lo respalde queda expresamente autorizado para que pueda transferir o entregar dicha información a los burós de crédito o a las entidades que lo sustituyan a cualquier persona jurídica que preste servicios de referencias crediticias y/o a la Central de Riesgos si fuere pertinente.

ACEPTO (FIRMA REPRESENTANTE LEGAL Y SELLO)

ANEXO 5



**Universidad
Israel**

ESPOG | Escuela de
Posgrados

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:
PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA INGELPOWER EN LA CIUDAD DE QUITO. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Welinton Palma

Título obtenido: Magister en Sistemas de Gestión Integrados

C.I.: 1709929200

E-mail: multibiz360@gmail.com

Institución de Trabajo: Multibiz 360

Cargo: Gerente Financiero Administrativo

Años de experiencia en el área: 20 años



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	5				
Aplicabilidad	5				
Conceptualización	5				
Actualidad	5				
Calidad Técnica	5				
Factibilidad	5				
Pertinencia	5				
TOTAL	35				

Observaciones:.....

.....

.....

Recomendaciones:.....

.....

.....

Lugar, fecha de validación: _05 de septiembre de 2025_.



Jose Welinton Palma
Riera



Firma del especialista
José Welinton Palma Riera

1709929200



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA INGELPOWER EN LA CIUDAD DE QUITO. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Liliana Córdor

Título obtenido: MAGISTER EN INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR

C.I.: 172216668-1

E-mail: lily.arians20@gmail.com

Institución de Trabajo: Servicat

Cargo: Jefe de Marca

Años de experiencia en el área: 3 años



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones:.....

.....

.....

Recomendaciones:.....

.....

.....

Lugar, fecha de validación: Quito, 9 de septiembre 2025.



**Firma del especialista
Magister Liliana Córdor**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA INGELPOWER EN LA CIUDAD DE QUITO. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Michelle Carolina Ramos Vargas

Título obtenido:

MASTER UNIVERSITARIO EN CONTROL DE GESTION / CONTROLLING

C.I.: 1723597470

E-mail: michelleramos92@gmail.com

Institución de Trabajo: QUIRURGIC CIRUGIA AMBULATORIA S.A.

Cargo: AUDITOR INTERNO

Años de experiencia en el área: 9



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones: El caso del Plan Estratégico para la empresa Ingelpower en la ciudad de Quito evidencia una propuesta bien estructurada que aporta una visión clara para el crecimiento y consolidación de la organización.

Recomendaciones:

Lugar, fecha de validación: Quito, 9 de septiembre 2025.



NICHELLE CAROLINA
RAMOS VARGAS

Firma del especialista
Carolina Ramos, Mgtr. en Control de Gestión