

INTRODUCCION

ECUPLASA responde a Ecuatoriana de Plásticos S.A., esta Compañía desea posicionarse en el mercado ecuatoriano de plásticos, para ello sus Accionistas después de tomar la decisión de sacar adelante el proyecto, decidieron atacar a la competencia mediante los Sistemas de información.

De aquí se deriva nuestro objetivo en esta Tesis, aplicando la metodología aprendida en el Tópico de graduación y haciendo uso de la investigación

El resultado final de la Planeación estratégica de los Sistemas de información de la Compañía, fue la ayuda a la definición de Metas y Objetivos propios de la Entidad, estructuración de la organización permanente y por proyectos para cumplir con los lineamientos esenciales de satisfacción al cliente y posicionamiento en función de la Tecnología.

Se analizaron características de las Aplicaciones que deben regir el control de las Operaciones, se estableció un criterio del procesamiento de la información, se definió las localidades geográficas a atacar y se propuso una alternativa tecnológica que cumpliera con todos los objetivos.

El resultado fue una aceptación por parte de los Accionistas y una satisfacción personal para nosotros.

CONTENIDO

1.- Misión de la Empresa

Contribuir al mejoramiento del nivel de vida de las poblaciones ecuatorianas, suministrando soluciones ecoeficientes y durables a las necesidades de conducción de fluidos. Así mismo innovaremos soluciones especializadas y eficientes para la construcción residencial, comercial e institucional con personal altamente calificado y

motivado, satisfaciendo las expectativas del cliente y cumpliendo los postulados éticos de la compañía.

2.- Descripción de Metas

- Ecoeficiencia
- Mejoramiento continuo
- Soluciones integrales
- Calidad del producto
- Servicio total
- Innovación
- Desarrollo de personal
- Participación de mercado
- Rentabilidad

3.- Análisis del Entorno

- Análisis de oportunidades y amenazas relacionadas con nuevos entrantes
- Análisis de oportunidades y amenazas relacionadas con competidores existentes

4.- Análisis Interno

4.1.- Análisis de Fortalezas y Debilidades

DESCRIPCION	AHORA		FUTURO	
	DEBILIDAD	FORTALEZA	DEBILIDAD	FORTALEZA
Poca Experiencia	X			X
Desconocimiento de Marca	X			X
Conocemos los problemas de la competencia		X		X
Capital Disponible		X		X
Alta Tecnología		X		X
Mediciones Ambientales en el Proceso de Producción		X		X
Fuerte Lanzamiento en Marketing con Promociones		X		X
Planes de Crédito atractivos a los Clientes		X		X

5.- Factores Críticos del Éxito (FCE)

5.1.- Definición de los FCE más importantes

- Posicionamiento
- Cliente final
- Satisfacción del cliente
- Incremento de las ventas
- Distribuidores motivados y capacitados
- Asesoría y atención a clientes
- Desarrollo de nuevos segmentos de mercado
- Motivación y capacitación del personal
- Evaluación del desempeño

- Operación continua de la planta
- Control de calidad
- Sello INEN
- Conocimiento del negocio
- Reducción de costos
- Manejo de administración de ventas
- Nivel de Inventarios
- Gestión de cobranzas
- Gestión de Tesorería
- Información para la toma de decisiones
- Planificación de la producción

7.- Arquitectura de Sistemas de Información

7.1.- Conceptos Básicos

Un Sistema de Información se define como el conjunto de procesos automáticos y manuales que operan sobre una misma estructura de datos definidos para la empresa, con el fin de satisfacer las necesidades de información identificadas en el proceso de planeamiento estratégico de Sistemas de Información.

7.2.- Sistemas de Información Propuestos

- Sistema de Información Gerencial
- Activos fijos
- Captura de datos electrónicos
- Círculos de calidad

- Ordenes de compra
- Contabilidad y elaboración de Estados financieros
- Despacho y Transportación
- Evaluación y Ensayos
- Inventario y Administración de bodegas
- Mercadeo
- Nómina
- Planeamiento de la producción
- Presupuesto de soluciones
- Presupuesto
- Producción y Control de la Producción
- Proveedores
- Administración de Recursos Humanos
- Seguridad industrial
- Tesorería
- Ventas y Facturación
- Mantenimiento

7.3.- Ambientes de Procesamiento

Los ambientes de procesamiento que se preveen para EcuPlasa se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Ambiente distribuido para la explotación de las aplicaciones que se adquirirán y desarrollarán internamente.
- Ambiente de mantenimiento de aplicaciones futuras, basado primordialmente en la configuración del software y herramientas de alto nivel como lenguajes de 4ta. Generación.

- Ambiente de diseño con herramientas CAD.
- Ambiente de conexión externa para acceder a Internet y en un futuro utilizar el intercambio electrónico de datos (EDI) con Proveedores, Clientes y otras unidades que se requiera.
- Plataforma de comunicaciones y compartimiento de recursos.

7.4.- Alternativa Tecnológica propuesta.

Para proponer la alternativa tecnológica que aquí se plantea se realizaron las siguientes consideraciones:

- Alinearse con las políticas informáticas de la empresa
- Proveer un ambiente de comunicaciones seguro y flexible
- Simplificar la administración y mantenimiento de la plataforma tecnológica
- Iniciar una plataforma distribuida como base para la implantación de sistemas abiertos
- Estandarizar la configuración de microcomputadores
- Mantener la seguridad del ambiente de procesamiento.

CONCLUSIONES

De nuestra Tesis concluimos que Ecuplasa tiene muchas posibilidades de incursionar en el mercado, su mejor competencia es Plastigama, sin embargo mediante la utilización de la Arquitectura tecnológica propuesta y el cumplimiento de los objetivos planteados, se garantiza el éxito de la Compañía a corto plazo.

No solo éxito a nivel comercial sino también a nivel social, ya que los Sistemas de información y las políticas establecidas no son rígidas, incentivan la participación del recurso humano y motivan a la superación personal, sin contar que el objetivo principal

de la Compañía (producción de plásticos), no destruye el Ecosistema (ventaja competitiva).

REFERENCIAS

- a) Entrevistas a Personal de Compañías de producción y comercialización de Plásticos
- b) Análisis del Entorno.- Encuestas a futuros clientes
- c) Análisis Interno.- Entrevistas con Accionistas.
- d) Material revisado en Tópico de Graduación.