



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TESIS:**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PROYECTO DE MEJORAMIENTO, PARA LA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA Y DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TÉCNICOS DE  
EQUIPOS ELECTRÓNICOS PORTÁTILES, MOBILE SERVICES.**

**AUTOR:**

**CHRYSTIAN ALEXANDER CORELLA ROMERO**

**DIRECTORA DE TESIS:**

**DOCTORA LUCY ROSERO PEÑA**

**QUITO – ECUADOR**

**2012**

## **CERTIFICACIÓN**

**Certifico que bajo mi dirección la presente tesis ha sido realizada en su totalidad  
por el señor CHRYSTIAN ALEXANDER CORELLA ROMERO**

-----

**Dra. Lucy Rosero Peña**

**Directora de Tesis**

## **AUTORÍA**

**Del contenido de la presente tesis se responsabiliza el autor**

-----  
**CHRYSYTIAN ALEXANDER CORELLA ROMERO**

**C.I. No: 0802597351**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis al Gerente General de  
MOBILE SERVICES el señor Álvaro Domínguez,  
que por su deseo y ambición de mejorar,  
me confió el desarrollo de este proyecto,  
con la certeza de que es y será viable para aplicarlo.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito en especial a los  
profesores, quienes me dieron la oportunidad de adquirir nuevos  
conocimientos.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres, hermanos y familia,  
quienes han sido la guía más importante en mi vida,  
gracias por los consejos, el apoyo, la mano amiga...

## **PRESENTACIÓN SINTÉTICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

El mejorar es un punto crucial que toda empresa debe tomar en cuenta para buscar el crecimiento, la mejor forma es reconocer los errores y aprender de ellos, para poder crear estrategias que puedan solucionarlos.

Un proyecto de mejoramiento debe estar encaminado a la dirección estratégica, misión, visión y objetivos que tenga la empresa.

EVOCell-Solutions tiene más de 10 años de experiencia en el medio de la comercialización y prestación de servicios en equipos electrónicos portátiles, y en busca de darle una identidad al negocio cambia su razón social a MOBILE Services Cía. Ltda.

El desarrollo del proyecto está fundamentado en un estudio tanto externo como interno de la empresa, con ello poder identificar las principales falencias y poder proponer estrategias para corregirlas.

Para el desenvolvimiento del mismo su estudio se ha dividido en seis capítulos.

**CAPÍTULO 1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.** En este acápite se presenta el análisis y planteamiento del problema de investigación, la hipótesis y objetivos que se desean alcanzar en el estudio; así como antecedentes de la empresa objeto de análisis.

**CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL.** Contiene la base teórica y conceptual de herramientas administrativas requeridas para realizar procesos de Mejoramiento Continuo en las organizaciones, como sustento de análisis e

interpretación de los resultados en el desarrollo posterior de la propuesta; además presenta una reseña histórica y las características fundamentales de la empresa objeto de análisis.

### **CAPÍTULO 3.- MARCO METODOLÓGICO, INVESTIGACIÓN DE MERCADO.-**

En éste acápite se presenta los métodos y las técnicas de medición, los objetivos y la forma en que se realizó la investigación de mercado, los instrumentos utilizados (encuestas y entrevistas); así como el Informe Técnico que comprende el cuadro general de resultados, los efectos generales en gráficos y las conclusiones de la investigación, identificando las fortalezas y debilidades de la empresa.

**CAPÍTULO 4.- PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.** En este capítulo se presenta el nuevo direccionamiento estratégico de la empresa expresado en un enfoque de Balance Scorecard, tomando en cuenta el mapa de problemas identificados y su priorización, los objetivos del mejoramiento y las posibles soluciones estratégicas. Además presenta la nueva estructura orgánica – funcional y por procesos mejorados (con la solución de problemas identificados); y finalmente la asignación de funciones por cargo.

**CAPÍTULO 5.- EVALUACIÓN DE BENEFICIOS A OBTENERSE CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.** En este apartado se presenta los pronósticos financieros que se pueden lograr con la implementación del proyecto, aplicando el método de incremento de porcentajes relativos, en tres escenarios: esperado, optimista y pesimista.

**CAPÍTULO 6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.** Se establecen las conclusiones por cada capítulo y una recomendación para cada conclusión.

## TABLA DE ÍNDICES DE CONTENIDOS

### PÁGINAS PRELIMINARES

Portada.....	I
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Presentación Sintética del Trabajo.....	VI
Índice de Contenido.....	IX
Índice de Grafico y Tablas.....	XVI



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Formulación del Problema .....	2
1.3 Justificación del Problema .....	2
1.4 Objetivos .....	3
1.4.1 Objetivo General .....	3
1.4.2 Objetivos Específico .....	3
1.5 Variables .....	4

## CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL.....	5
2.1 Marco Teórico.....	5
2.1.1 La Empresa.....	5
2.1.1.1 Concepto .....	5
2.1.1.2 Fines.....	6
2.1.1.3 Funciones:.....	6
2.1.1.4 Elementos: .....	6
2.1.2 Tipos de Empresas .....	7
2.1.2.1 Por su forma jurídica. ....	7
2.1.2.2 Por su tamaño: .....	8
2.1.2.3 Proceso Administrativo.....	9
2.1.3 FODA.....	10
2.1.4 Mejoramiento Continuo. ....	11
2.1.4.1 Concepto .....	11

2.1.4.2 KAIZEN.....	11
2.1.4.3 Planes de Mejoramiento.....	12
2.1.4.4 Principios de mejora continua.....	13
2.1.5 Proceso .....	14
2.1.5.1 Gestión Tradicional por Proceso.....	14
2.1.5.2 Gestión por Procesos .....	15
2.1.5.3 La calidad en triple contexto.....	15
2.1.5.4 La organización de una empresa desde el punto de vista administrativo .....	16
2.1.5.5 Mapa de Procesos .....	16
2.1.5.6 Diagrama de Procesos.....	17
2.1.5.6.1 Norma ANSI.....	17
2.1.6. Manual de Funciones .....	19
2.1.7 La Comercialización .....	20
2.1.7.1 Concepto .....	20
2.1.7.2 Características .....	20
2.1.8 Servicio Técnico.....	22
2.1.8.1 Servicio Técnico Personalizado.....	22
2.1.9 El avance tecnológico en el Ecuador .....	24
<b>2.2 Marco Conceptual.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3. Marco referencial.....</b>	<b>30</b>
2.3.1 Información General de la Empresa.....	39
2.3.2 Reseña Histórica de la empresa.....	39
2.3.3 Situación Actual .....	41
2.3.3.1 Misión .....	41
2.3.3.2 Visión.....	41
2.3.3.3 Proyectos a corto plazo .....	41
2.3.3.4 Proyectos a largo plazo.....	42

2.3.4	Producto .....	42
2.3.4.1	Smart Phones .....	42
2.3.4.2	Tablet's .....	43
2.3.4.3	Laptops .....	44
2.3.4.4	Video Consolas Portátiles .....	45
2.3.5	Locales Comerciales .....	46
2.3.5.1	Matriz.....	46
2.3.5.2	Sucursal Sur .....	49
2.3.6	Clientes.....	52
2.3.7	Proveedores .....	53
2.3.7.1	Nacionales.....	53
2.3.7.2	Internacionales .....	53
2.3.8	Organigrama de la Empresa .....	54

### **CAPÍTULO 3**

MARCO METODOLÓGICO, INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	<b>55</b>
3.1 Métodos de Investigación .....	<b>55</b>
3.1.1 Método Inductivo – Deductivo .....	55
3.1.2 Método Histórico – Lógico .....	55
3.2 Técnicas e Instrumentos de Investigación .....	<b>56</b>
3.2.1 Población y Muestra.....	57
3.2.2 Tabulación y Procesamiento de Datos .....	58
3.2.3 Tratamiento Estadístico.....	58
3.2.4 Las TIC's en el Ecuador 2012 enfocadas en la comunicación móvil. ....	59
3.3 Investigación de Mercado.....	<b>61</b>
3.3.1 Estudio Externo.....	<b>61</b>

3.3.1.1 Cálculo de la Muestra.....	61
3.3.1.2 Diseño de la Encuesta .....	63
3.3.1.3 Pasos para la intervención de la encuesta .....	65
3.3.1.4 Resultados de la encuesta.....	66
3.3.1.4.1 Tabla de Resultados .....	67
3.3.1.4.2 Cuantificación de Resultados.....	72
3.3.1.5 Análisis de los Resultados.....	73
<b>3.3.2 Estudio Interno.....</b>	<b>82</b>
3.3.2.1 Formatos de Entrevista.....	83
3.3.2.1.1 Para cargos de Vendedor, Técnico. ....	83
3.3.2.1.2 Para los cargos de Asesora y Gerente General. ....	85
3.3.2.2 Procedimiento de la Entrevista.....	87
3.3.2.2.1 Para los cargos de vendedor y técnico .....	87
3.3.2.2.2 Para los cargos de Presidente y Gerente .....	97
3.3.2.3 Análisis de las Entrevistas.....	104
 <b>CAPÍTULO 4</b>	
<b>PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....</b>	<b>109</b>
<b>4.1 Direccionamiento Estratégico.....</b>	<b>109</b>
4.1.1 Análisis de la Situación Actual de la empresa en el Ecuador .....	109
4.1.2 Misión .....	110
4.1.3 Visión .....	110
4.1.4 Objetivos a corto plazo.....	110
4.1.5 Objetivos a largo plazo.....	111
5.1.6 Valores corporativos .....	111
4.1.7 Análisis PEST en el Ecuador .....	112
4.1.8 Análisis FODA.....	113

4.1.8.1 Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos).....	113
4.1.8.2 Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos) .....	115
4.1.9 Mapa de Problemas .....	118
<b>4.2 Análisis en las 4 perspectivas BSC.....</b>	<b>119</b>
4.2.1 Análisis Financiero.....	120
4.2.2 Análisis Procesos Internos .....	120
4.2.3 Análisis Clientes.....	121
4.2.4 Análisis Aprendizaje y Crecimiento .....	122
4.2.5 Cuadro general del análisis del Balance Scorecard.....	123
<b>4.3 Reestructuración de la Empresa.....</b>	<b>124</b>
4.3.1 Problema .....	124
4.3.2 Objetivo.....	124
4.3.3 Propuesta.....	124
4.3.3.1 Organigrama Estructural.....	124
4.3.3.3 Organigrama Posicional.....	126
<b>4.4 Diseño del Manual de Funciones.....</b>	<b>126</b>
4.4.1 Problema .....	126
4.4.2 Objetivo.....	127
4.4.3 Propuesta.....	127
4.4.3.1 Gerente General .....	127
4.4.3.2 Presidenta.....	128
4.4.4.3 Vendedor.....	129
4.4.4.4 Técnico.....	130
<b>4.5 Desarrollo del Proceso de Comunicación en el área del Servicio Técnico. ....</b>	<b>132</b>
4.5.1 Problema .....	132
4.5.2 Objetivo.....	132

4.5.3 Propuesta .....	133
4.5.3.1 Proceso de comunicación para el área del servicio técnico .....	133
4.5.3.2 Propuesta para el proceso de clasificación ordenes de trabajo. ....	134
<b>4.6 Propuesta para el proceso de Post-Venta. ....</b>	<b>135</b>
4.6.1 Problema .....	135
4.6.2 Objetivo.....	135
4.6.3 Propuestas .....	135
4.6.3.1 Rediseño de las Órdenes de Trabajo.....	135
4.6.3.2 Proceso de Postventa por medio del Marketing Data-Base. ....	137
<b>4.7 Proceso para medir el nivel de satisfacción de los clientes. ....</b>	<b>137</b>
4.7.1 Problema .....	137
4.7.2 Objetivo.....	138
4.7.3 Propuestas .....	138
4.7.3.1 Diseño de la encuesta personalizada.....	138
4.7.3.2 Rediseño para las “Órdenes de Trabajo” .....	139
<b>4.8 Cronograma de Capacitación.....</b>	<b>140</b>
4.8.1Problema .....	140
4.8.2 Objetivo.....	140
4.8.3 Propuestas .....	140
4.8.3.1 Sugerencias de temas para el área Administrativa, de Ventas y Servicio Técnico. .....	140
4.8.3.1 Cronograma dirigido para el área Administrativa de Ventas y Servicio Técnico. .....	142
 <b>CAPÍTULO 5</b>	
 EVALUACIÓN DE BENEFICIOS A OBTENERSE CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	
	<b>143</b>

5.1 Metodología para la evaluación del beneficio del proyecto. ....	<b>143</b>
5.1.1 Método de incremento de porcentajes relativos.....	144
5.2 Formulación de los escenarios para la evaluación de los beneficios en la aplicación del Proyecto. ....	<b>148</b>
5.3 Pronóstico de estados de Resultados para el periodo 2012-2016.....	<b>149</b>
5.3.1 Sin la aplicación del proyecto. ....	149
5.3.1.1 Ventas .....	149
5.3.1.2 Costo de Venta y Gastos Administrativos .....	150
5.3.1.3 Flujo de Caja.....	152
5.3.1.4 Estados y Resultados .....	155
5.3.2 Con la Aplicación del Proyecto.....	157
5.3.2.1 Costo del Plan de Mejoramiento.....	157
5.3.2.2 Ventas .....	159
5.3.2.3 Flujo de Caja.....	160
5.3.2.4 Estados de Resultados.....	162
5.3.3 Análisis del Incremento de la utilidad con la aplicación del proyecto .....	164
 <b>CAPÍTULO 6</b>	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	<b>166</b>
6.1 Conclusiones.....	<b>166</b>
6.2 Recomendaciones .....	<b>170</b>
 BIBLIOGRAFÍA.....	 160
ANEXOS.....	162

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1 Principales productos de venta.....	31
Tabla No.2 Principales Marcas de venta.....	31
Tabla No.3 Balance General.....	32
Tabla No.4 Estado de Resultados.....	33
Tabla No.5 Descripción de la cuenta “Gasto Ventas”.....	34
Tabla No.6 Propuesta del Balance General.....	36
Tabla No.7 Propuesta del “Estado de Resultados”.....	37
Tabla No.8 Personal MOBILE Services.....	38
Tabla No. 9 Resultados de Encuestas.....	67
Tabla No. 10 Cuantificación Resultados de Encuestas.....	72
Tabla No. 11 Estructura operativa interna de la empresa MOBILE Services.....	82
Tabla No. 12 Análisis PEST.....	112
Tabla No. 13 Análisis EFI.....	114
Tabla No.14 Matriz EFE.....	116
Tabla No. 15 BSC perspectiva Financiera.....	120
Tabla No. 16 BSC perspectiva Procesos Internos.....	120
Tabla No. 17 BSC perspectiva Clientes.....	121
Tabla No. 18 BSC perspectiva Aprendizaje y Crecimiento.....	122
Tabla No. 19 BSC perspectiva Aprendizaje y Crecimiento.....	123
Tabla No. 20 Temas para capacitación.....	141
Tabla No.21 Ventas MOBILE Services.....	144
Tabla No.22 Proyección de Ventas 2013.....	145
Tabla No.23 Cálculo de la variación de porcentaje para el año 2013.....	146
Tabla No.24 Ventas proyectadas 2013.....	147
Tabla No.25 Pronóstico de ventas hasta el año 2015.....	148
Tabla No.26 Ventas proyectadas 2017 sin la aplicación del Proyecto.....	149
Tabla No. 27 Variación de la Inflación.....	150



Tabla No. 28 Proyección Costo de venta.....	151
Tabla No.29 Proyección Gasto Administrativo y Ventas.....	152
Tabla No. 30 Flujo de caja con y sin la aplicación del Proyecto.....	153
Tabla No. 31 Proyección de Estados de Resultados con la aplicación del Proyecto...	155
Tabla No. 32 Costo del Plan de Mejoramiento.....	157
Tabla No. 33 Proyección de ventas con la aplicación del Proyecto.....	159
Tabla No. 34 Flujo de caja con la aplicación del Proyecto.....	160
Tabla No. 35 Proyección de Estados de Resultados con la aplicación del Proyecto...	162
Tabla No. 36 Incremento de la Utilidad con la Aplicación del Proyecto.....	164

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico No.1 Proceso Administrativo.....	9
Grafico No 2. Diagrama de Flujo Norma. ANSI.....	18
Gráfico No. 3 Teléfonos Celulares.....	42
Gráfico 4: Tablet as Electrónicas.....	43
Gráfico 5: Computadoras Portátiles.....	44
Gráfico 6: Video Consolas Portátiles.....	45
Gráfico 7: Plano Sucursal Norte.....	47
Gráfico 8: Matriz Atención al Cliente.....	48
Grafico 9: Matriz Bodega.....	48
Gráfico 10: Matriz Servicio técnico.....	49
Gráfico 11: Plano Sucursal Sur.....	50
Grafico 12: Atención al Cliente Sucursal Sur.....	51
Gráfico 13: Servicio técnico Sucursal Sur.....	51
Gráfico No. 14. Organigrama Estructural.....	54
Grafico No. 15. Las TIC's en el Ecuador 2012.....	59
Gráfico No. 16 Resultados encuesta pregunta 1.....	74
Gráfico No. 17 Resultados encuesta pregunta 2.....	75
Gráfico No. 18 Resultados encuesta pregunta 3.....	77
Gráfico No. 19 Resultados encuesta pregunta 4.1.....	78

Gráfico No. 20 Resultados encuesta pregunta 4.2.....	79
Gráfico No. 21 Resultados encuesta pregunta 5.....	80
Gráfico No. 22 Resultados encuesta pregunta 6.....	81
Gráfico No. 23 Mapa de Problemas.....	118
Gráfico No. 24 Propuesta Organigrama Estructural.....	124
Gráfico No. 25 Propuesta Organigrama Funcional.....	125
Gráfico No. 26 Propuesta Organigrama Posicional.....	126
Gráfico No. 27 Manual de Funciones Gerente General.....	127
Gráfico No. 28 Manual de Funciones Presidenta.....	128
Gráfico No. 29 Manual de Funciones Vendedor.....	129
Gráfico No. 30 Manual de Funciones Técnico.....	130
Gráfico No. 31 Proceso de comunicación área del servicio técnico.....	133
Gráfico No. 32 Proceso de clasificación ordenes de trabajo.....	134
Gráfico No. 33 Proceso de Post-venta.....	137
Gráfico No. 34 Cronograma para capacitaciones.....	142
Gráfico No. 36 Incremento de la Utilidad con la Aplicación del Proyecto.....	165

PROYECTO DE MEJORAMIENTO, PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA  
Y DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TÉCNICOS DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS  
PORTÁTILES “MOBILE”.

**CAPÍTULO 1**

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

**1.1 Antecedentes**

El avance tecnológico que se desarrolla en el país, en especial la ciudad de Quito, ha permitido que este tipo de negocio se vuelva muy lucrativo.

En este mercado existe una alta oferta, pero a su vez su demanda es muy fuerte en donde los factores que predominan son el servicio y el precio.

La empresa EVOCELL SOLUTION, se encuentra laborando en este tipo de mercado por más de 10 años, enfocado en el sector de la telefonía celular, tanto en la parte comercial como de servicio técnico, pero específicamente a nivel de distribuidor.

En el último año la empresa desea cambiar su rumbo y enfocarse más al cliente final, ofreciendo sus productos a un precio muy competitivo, con un servicio personalizado y garantizado, para esto va a cambiar su imagen, su razón social siendo así nuevo nombre “MOBILE Services”.

En el mercado de Quito lideran dos marcas en la venta de equipos celulares, como son Movistar y Claro, quienes han monopolizado este medio, aprovechándose de su estado, imponiendo el precio que a ellos les convenga tanto en equipos como en servicio técnico, existiendo un gran índice de clientes insatisfechos.

Son pocos los establecimientos que constan con su propia identidad, ya que para poder entrar al mercado muchos negocios han visto la necesidad de acoger la imagen de las dos principales marcas que lideran el mercado de la telefonía celular provocando que no exista manera de distinguirse de su competencia.

Ingresar una nueva marca es un trabajo muy difícil, no obstante la empresa tiene la experiencia suficiente para poder llegar a obtener grandes logros, tanto en calidad como en servicio.

### **1.2 Formulación del Problema**

La empresa MOBILE Services busca prosperar y crecer institucionalmente, por ello es factible un proyecto de mejoramiento para la empresa dedicada a la comercialización y prestación de servicios técnicos en equipos electrónicos portátiles.

### **1.3 Justificación del Problema**

Debido a la evolución que ha sufrido la tecnología de equipos portátiles, el consumidor se ha visto en la necesidad de adquirirlos ya sea para su desenvolvimiento de tipo personal y laboral, y por ende de tipo social.

En la actualidad la tecnología portátil se renueva constantemente y a corto plazo, provocando un gran consumismo en este medio.

Como empresa busca obtener identidad en este medio, ser diferenciada de la competencia, poco a poco ser más reconocido por el mercado de Quito en especial la zona norte de la ciudad.

La demanda en el sector que se va aplicar este proyecto es muy amplia en donde se puede considerar, que no existe persona que no tenga o consuma uno de los productos que va a ofrecer.

La experiencia de la empresa MOBILE Services en este medio es muy amplia, lo respalda más de 10 años de trayectoria, permitiéndolo tener una gran ventaja en las tendencias, gustos y preferencias de los consumidores. Las ambiciones de crecer de la empresa son muy grandes, pero para poder lograrlo hay que entablar bases sólidas internas en ella, para evitar futuros inconvenientes en su desarrollo.

Las grandes empresas que han monopolizado el mercado, exageran al momento de imponer un precio en los bienes o servicios que ellos ofrecen en muchos casos duplicando el valor que en realidad deberían ofrecer, es así que como empresa trata de ofrecer a los consumidores precios justos que vayan acorde tanto con el producto como en el servicio.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Elaborar un proyecto de mejoramiento de servicio en área técnica y comercial de la empresa “MOBILE Services”.

### **1.4.2 Objetivos Específico**

- Diagnosticar la situación actual del área comercial y servicio técnico en la empresa MOBILE SERVICE Cía. Ltda.

- Identificar los problemas actuales de los procesos que maneja la empresa y proponer soluciones a los de prioridad.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la satisfacción de los clientes en la empresa MOBILE SERVICE Cía. Ltda.
- Desarrollar una propuesta de mejoramiento para la empresa MOBILE SERVICE Cía. Ltda.
- Determinar las inversiones y el financiamiento del proyecto.

### **1.5 Variables**

- **Variable Independiente.-** Proyecto de mejoramiento, para la empresa comercializadora y de prestación de servicios técnicos de equipos electrónicos portátiles, MOBILE.
- **Variable Dependiente.-** Rentabilidad y Factibilidad del proyecto

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL**

#### **2.1 Marco Teórico**

El mejoramiento empresarial es un proceso de cambio, efectivo, eficiente y adaptable, dependiendo del enfoque específico del empresario y del proceso que se desea mejorar. Para conducir y operar en una organización el mejoramiento empresarial de forma exitosa, se requiere que ésta se dirija y controle en forma sistemática y transparente, se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que esté diseñado para mejorar continuamente su desempeño.

Para poder continuar con el estudio se debe entender las bases del mismo, comenzar por lo esencial; La empresa y los factores necesarios para su gestión administrativa.

##### **2.1.1 La Empresa**

###### **2.1.1.1 Concepto**

Para Chiavenato, I. (1993), la empresa. "Es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos" (p.49).

Para Isaac, G.V. (1963) define a la empresa, "La unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa" (p.86).

### **2.1.1.2 Fines**

- Conseguir el máximo beneficio.
- Entregar bienes o servicios.
- Satisfacer los elementos humanos en su actividad.
- Generar puestos de trabajo.
- Obtener rentabilidad.
- Asegura la supervivencia y continuidad a la actividad empresarial.

### **2.1.1.3 Funciones:**

- Técnica: Producción, fabricación, transformación.
- Comercial: Conexión entre empresa y consumidor; compras, ventas, publicidad.
- Financiera: Búsqueda y administra capitales. Inversión, mejora técnica y aumento de producción.
- Recursos Humanos: Obtención y desarrollo del personal.
- Dirección: Organiza los recursos disponibles, fija objetivos, planifica, organiza, controla y asume responsabilidades.

### **2.1.1.4 Elementos:**

- Financieros: Capital necesario para su creación y funcionamiento. Créditos, subvenciones. Tener autonomía frente a terceros (bancos, acreedores).
- Económicos: (patrimonio) Conjunto de bienes, derechos y obligaciones.



- Técnicos: Fabricación o transformación de los productos. Mejorar medios tecnológicos.
- Humano:
- Empresario: Tanto si es individual, sociedad, privada, publica. El empresario es quien dirige el proceso económico, organiza la producción y asume el riesgo empresarial.
- Trabajador: Persona física que prestan su servicio a la empresa a cambio de una remuneración.
- Interior: Personal Interno de la Empresa
- Exterior: Dependencia con proveedores, clientes, organismos públicos.

## **2.1.2 Tipos de Empresas**

### **2.1.2.1 Por su forma jurídica.**

- Unipersonal: Son aquellas empresas que pertenecen a un solo individuo. Es este quien debe responder por su patrimonio.
- Sociedad Colectiva: Son las empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- Cooperativas: Son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tienen fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- Comanditarias: En estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y su responsabilidad es limitada al capital aportado.

- Sociedad de responsabilidad limitada: En estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no con el personal.
- Sociedad anónima: Estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

#### **2.1.2.2 Por su tamaño:**

- Microempresa: Son aquellas que poseen hasta 10 trabajadores y generalmente son de propiedad individual, su dueño suele trabajar en esta y su facturación es más bien reducida. No tienen gran incidencia en el mercado, tienen pocos equipos y la fabricación es casi artesanal.
- Pequeñas empresas: Poseen entre 11 y 49 trabajadores, tienen como objetivo ser rentables e independientes, no poseen una elevada especialización en el trabajo, su actividad no es intensiva en capital y sus recursos financieros son limitados.
- Medianas Empresas: Son aquellas que poseen entre 50 y 250 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas.
- Grandes empresas: Son aquellas que tienen más de 250 trabajadores, generalmente tienen instalaciones propias y sus ventas son muy altas.

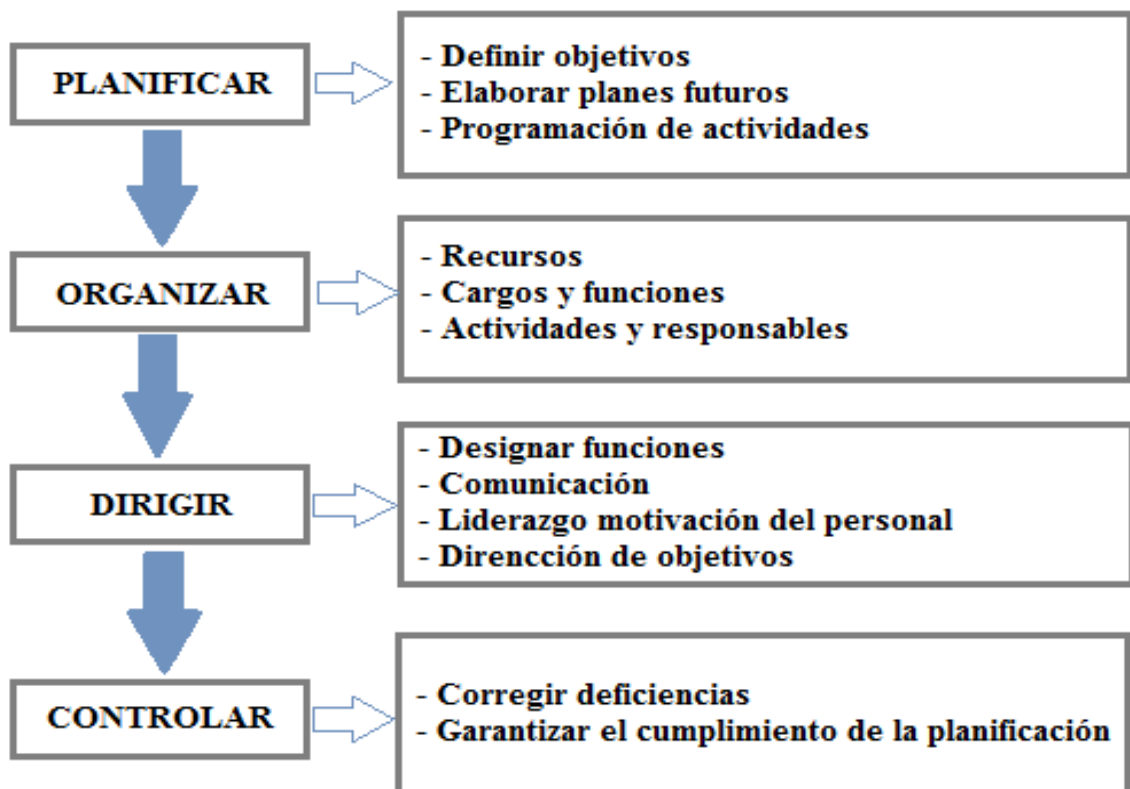
Conociendo que es “La Empresa”, es importante conocer el manejo básico para su gestión administrativa.

### 2.1.2.3 Proceso Administrativo

La Administración es un arte cuando se utiliza conocimiento organizado, y se sustenta la práctica con técnicas, que son esencialmente formas de hacer las cosas, métodos para lograr un determinado resultado con mayor eficacia y eficiencia.

El Proceso Administrativo es un conjunto de fases o etapas sucesivas, a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman integral., la mayoría de autores adoptan el Proceso Administrativo como núcleo de su teoría con sus cuatro elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.

**Grafico No.1 Proceso Administrativo**



Fuente: Proceso Administrativo; contenido Chiavenato I. Introducción a la Teoría General de la Administración. Quinta Edición;  
Elaborado por: Alexander Corella

Es esencial para el tema administrativo en una empresa conocer el FODA, entender su funcionamiento y con ello poder llegar a entender la situación actual de una empresa.

### **2.1.3 FODA**

El FODA es una sigla que significa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Dividiendo sus siglas en dos partes, la primera es el análisis de las debilidades y fortalezas que son variables internas de la organización y por lo tanto se puede actuar sobre ella y controlarlas, y segundo se analiza las oportunidades y amenazas que son las variables externas, en donde no se tiene mayor acción sobre ellas, y lo que las empresas deben hacer es intentar preverlas y actuar a nuestra conveniencia.

Definimos a cada una de las siglas del FODA como:

- Fortaleza.- Son todos aquellos elementos positivos que me diferencian de la competencia
- Debilidades.- Son los problemas presentes que una vez identificado y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.
- Oportunidades.- Son situaciones positivas que se generan en el medio y que están disponibles para todas las empresas, que se convertirán en oportunidades de mercado para la empresa cuando ésta las identifique y las aproveche en función de sus fortalezas.
- Amenazas.- Son situaciones o hechos externos a la empresa o institución y que pueden llegar a ser negativos para la misma.

La importancia en la realización de este análisis, consiste en poder determinar de forma objetiva, en que aspectos la empresa o institución tiene ventajas respecto de su competencia y en qué aspectos necesita mejorar para poder ser más competitiva.

Es primordial para la tesis en estudio y para cualquier tipo de empresas considerar, para que una compañía pueda crecer en el medio, debe tener una mentalidad de mejorar constantemente, y una técnica importante es el mejoramiento continuo.

## **2.1.4 Mejoramiento Continuo.**

### **2.1.4.1 Concepto**

El mejoramiento continuo es una filosofía difundida ampliamente entre las empresas con el fin de mejorar un proceso, consiste en cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

La aplicación del mejoramiento continuo en las organizaciones se ve como una herramienta, para la solución de dificultades o hacia el aprovechamiento de oportunidades.

### **2.1.4.2 KAIZEN**

“La palabra japonesa Kaizen, proviene de la unión de dos vocablos que expresan lo siguiente: Kai “cambio” y zen “para mejorar”, por lo que la expresión completa significa “cambio para mejorar”. El japonés Maasaki Imai fue su creador exponiendo en síntesis que Kaizen representaba un cambio permanente hacia una mejora introduciendo

una nueva metodología para mejorar el sistema empresarial”<sup>1</sup>. Valdés Herrera, C. (2010-18-05)

Esta filosofía se compone de varios pasos, que permite analizar variables críticas del proceso de producción y buscar su mejora en forma continua, pretende tener una mejor calidad y reducir los costos de producción con simples modificaciones diarias.

Al hacer Kaizen los trabajadores van a ir mejorando los estándares de la empresa y al hacerlo podrán llegar a tener estándares de muy alto nivel y alcanzar los objetivos de la empresa.

#### **2.1.4.3 Planes de Mejoramiento**

Es una de las funciones administrativas que debe tener en cuenta el gerente de una empresa, partiendo de los objetivos definidos, y con la autoridad competente, la asignación de los recursos necesarios para la realización de los planes, la definición del nivel responsable, el seguimiento a las acciones trazadas, la fijación de las fechas límites de implementación y la determinación de los indicadores de logro y seguimiento de las mejoras, con lo cual se establecen las especificaciones de satisfacción y confiabilidad en los procesos ya establecidos.

La dinámica organizacional, permite generar un clima institucional orientado al mejoramiento para garantizar el seguimiento continuo de los acuerdos y compromisos

---

<sup>1</sup> Valdés Herrera, Clemente (2010-18-05). *Mejoramiento continuo y Kaizen*. <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/mejoramiento-continuo-kaizen.htm#mas-autor>

de los diferentes actores o responsables de su ejecución, dentro de un término prudencial para medir su aplicación.

Tener un constante seguimiento, permite validar la orientación de la entidad hacia el cumplimiento de sus propósitos, mantener una actitud constructiva y proactiva hacia la evaluación.

La finalidad de estos planes es desarrollar una cultura organizacional orientada al mejoramiento permanente de su función, efectuando las acciones correctivas en las políticas y en los distintos procesos y procedimientos propios de manera oportuna, a fin de garantizar el buen uso de los recursos tanto físicos como del talento humano.

#### **2.1.4.4 Principios de mejora continua**

Para poder manejar y operar una organización en forma exitosa se requiere que ésta se dirija y controle en forma sistemática y transparente, se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que esté diseñado para mejorar continuamente.

- Sus principios:
  - Enfoque al Cliente
  - Liderazgo
  - Participación del personal
  - Enfoque basado en procesos
  - Enfoque de sistema para la gestión
  - Mejora continua
  - Enfoque basado en hechos para la toma de decisión

- Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor

Un proyecto de mejoramiento está enfocado en los procesos que maneja la empresa, ubicar sus defectos y proponer soluciones para mejorarlos, para ello es importante conocer las variables que conlleva el estudio de procesos.

### **2.1.5 Proceso**

Un proceso es un conjunto de actividades coordinado u organizado que se realizan bajo ciertas circunstancias con un fin determinado. Este término tiene significados diferentes según la rama de la ciencia o la técnica en que se utilice.

#### **2.1.5.1 Gestión Tradicional por Proceso**

El proceso tradicional que se maneja en una organización es el establecimiento de roles, relaciones, autoridades y responsabilidades, con el objetivo de operar con la eficiencia y eficacia requeridas para alcanzar los objetivos. Lo que se espere de un proceso de organización es disponer de una estructura organizativa a través de la cual los individuos cooperan sistemáticamente para el logro de objetivos comunes.

- Los niveles que manejan son:
  - Institucional.- Establecimiento de la Visión y elaboración de Estrategias.
  - Intermedio.- Transformación de las estrategias en programas de acción.  
Interacción entre un componente ligado a la incertidumbre externa y un componente orientado a la certeza y a la lógica, nivel operacional.



- Operacional.- Ejecución cotidiana y eficiente de las tareas de la organización.

Para realizar un proceso de organización su estructura debe figurar los niveles de autoridad y de responsabilidad. El objetivo de la estructura es de servir como ayuda en el cumplimiento de los procesos de negocios de la organización, en todos sus niveles.

#### **2.1.5.2 Gestión por Procesos**

La gestión por procesos privilegia la satisfacción del cliente externo, desplegando lo interior de la empresa dando el valor agregado al individuo, buscando siempre mejorar

La aplicación de la gestión por procesos se justifica en los diferentes aspectos:

- Desarrollo del mundo Industrial
- Saturación de algunos productos y servicios
- Liberación del comercio internacional
- Mercado Contraídos (Poca Demanda)
- Alta Competencia
- Cliente mas vez más exigente

#### **2.1.5.3 La calidad en triple contexto**

- Calidad del producto.- En sus características tangibles e intangibles.
- Calidad en el servicio.- Atención al cliente en medida que satisfaga sus expectativas.

- Calidad en la gestión.- Influye en la percepción del cliente hacia la empresa por medio del desempeño del personal.

#### **2.1.5.4 La organización de una empresa desde el punto de vista administrativo**

Se realiza mediante dos estructuras.

- Mediante una estructura orgánica.- Es un marco de referencia para actuar y se lo representa mediante un organigrama.
- Mediante una estructura de procesos.- Es un conjunto de recursos y actividades relacionadas y secuenciales que transforman elementos de entradas a salidas.

#### **2.1.5.5 Mapa de Procesos**

El mapa de procesos presenta una visión general del sistema organizacional de su empresa, en donde además se presentan los procesos que lo componen así como sus relaciones principales. Dentro de los procesos cabe destacar gestión de la organización como planificación estratégica, establecimiento de políticas, procesos de medición, análisis y mejora. Estos últimos incluyen procesos para medir y obtener datos sobre el análisis del desempeño y mejora de la efectividad y eficiencia, pueden incluir la medición, seguimiento y procesos de auditoría, acciones correctivas y preventivas y ser aplicados a todos los procesos de la organización siendo una parte integral en la gestión.

### **2.1.5.6 Diagrama de Procesos**

La diagramación de procesos es una explicación visual de cómo el proceso fluye y se conecta. Es una secuencia de pasos, actividades y decisiones que convierten entradas en salidas finales ya sea de un producto o servicio, que está determinado para un cliente específico interno o externo.

Entrada —————▶ Proceso —————▶ Salida

En un diagrama de procesos, intervienen cada actividad descrita en el procedimiento el cual no debe ser demasiado detallado, se recomienda ser lo más claro y conciso.

El flujo o la secuencia de las operaciones se representa de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, teniendo por objeto mostrar el procedimiento gráficamente para facilitar su interpretación, aún por personas no familiarizadas con el mismo.

El diagrama de procedimientos muestra el flujo de las actividades, de manera tan general o tan específica como se requiera; esto facilita estudiar y analizar todo un sistema, para identificar los puntos sujetos a medición, para detectar si hay problemas, para identificar áreas de oportunidad y precisar qué tipo de mejoras se pueden realizar en la empresa.

#### **2.1.5.6.1 Norma ANSI**

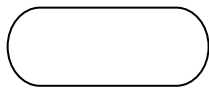
“La American National Standard Institute (ANSI), desarrolla una simbología para que sea empleada en el procedimiento electrónico de datos con el propósito de representar los flujos de información, de la cual se han adoptado ampliamente algunos símbolos

área la elaboración de los diagramas de flujo dentro del trabajo de diagramación administrativa”<sup>2</sup>.

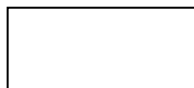
ANSI tiene por objetivo promover la competitividad global de las empresas de Estados Unidos mediante la promoción de normas voluntarias de consenso y garantizar su integridad.

Su Simbología:

### **Grafico No 2. Diagrama de Flujo Norma. ANSI**



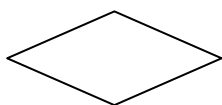
Inicio o fin.- Indica el comienzo o final de un proceso, puede ser tanto en acción o lugar. Indica también una unidad administrativa.



Actividad.- Indica las funciones o la acción a efectuarse en el procesamiento.



Documento.- Es toda documentación en general, de entrada, de utilice, que se genere, o salga del procesamiento.

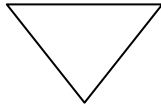


Decisión o Alternativa.- es un punto en el procesamiento en

---

<sup>2</sup>[http://www.slideshare.net/anieto61/flujogramas?src=related\\_normal&rel=5899336](http://www.slideshare.net/anieto61/flujogramas?src=related_normal&rel=5899336)

donde se debe tomar una decisión con varias alternativas.



Archivo.- Indica que se guarda un documento, ya sea temporal o permanente.



Conector.- Representa una conexión, de una parte del diagrama de flujo con otra lejana del mismo.



Conector de Página.- Representa una conexión con otra hoja diferente, indicando que continúa el procesamiento.

Fuente:[http://www.slideshare.net/anieto61/flujogramas?src=related\\_normal&rel=5899336](http://www.slideshare.net/anieto61/flujogramas?src=related_normal&rel=5899336)

Elaborado por Alexander Corella

### **2.1.6. Manual de Funciones**

Es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones en la unidad administrativa, incluyendo además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación.

Suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipo de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa.

Dentro de la misión de la empresa en estudio está la comercialización de productos, es importante conocer sobre esta actividad y las nuevas variables que permiten incrementar sus ventas constantemente.

## **2.1.7 La Comercialización**

### **2.1.7.1 Concepto**

La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor.

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean<sup>3</sup>.

### **2.1.7.2 Características**

La comercialización implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y

---

<sup>3</sup>«<http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>»

capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes.

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

La comercialización incluye actividades como:

- Telemarketing.- Es una forma de marketing directo en la que un asesor utiliza el teléfono o cualquier otro medio de comunicación para contactar con clientes potenciales y comercializar los productos y servicios.
- Email Marketing.- Es un tipo de comercialización directa de un mensaje comercial a un grupo de personas que utilizan correo electrónico.
- Técnicas de ventas.- Es el comportamiento persuasor del profesional que manipula los argumentos para producir una acción de compra por parte de otras personas.
- Publicidad.- Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.
- Merchandising.- Se ocupa del conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final
- Marketing.- Según Philip K. (2003), “Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (Pág.56)

- Mercadeo.- es un proceso social por el cual grupos o individuos, logran lo que necesitan, mediante un libre intercambio de productos y servicios que otros valoran y necesitan.

Una de las principales actividades de la empresa en estudio es el servicio técnico, principio por el cual se consideran entre los mejores dentro de la ciudad de Quito, por lo cual se debe conocer sobre esta actividad y como en la actualidad las grandes empresas la manejan.

### **2.1.8 Servicio Técnico**

Es un procedimiento que tiene como objetivo la obtención de un cierto resultado o fin. Al ejecutar conocimientos técnicos, se sigue un conjunto de reglas y normas que se utiliza como medio para alcanzar un fin.

#### **2.1.8.1 Servicio Técnico Personalizado**

El servicio personalizado es la manera más sencilla de conseguir la lealtad de un cliente. Es el que no requiere de recursos económicos extraordinarios, al contrario, todo está en el personal y la atención que le otorga al cliente desde el momento en el que cruce la puerta.

La personalización de un servicio es que puede emplearse en cualquier negocio, sea pequeño, grande, reconocido o no es aplicable y es igualmente valorado por cada uno de los clientes.

Los servicios personalizados han sabido conquistar a los consumidores y entablar relaciones a largo plazo. Al tratarse de un servicio hecho a la medida del cliente,



significará más tiempo y dedicación, así como el contacto permanente para conocer sus requerimientos y saber qué esperan del servicio ofrecido.

#### **2.1.8.1.1 Características**

Contacto permanente con el cliente: Un servicio personalizado requiere tener la mayor cantidad de información de su cliente, sus necesidades y gustos.

- Flexibilidad: Muchas veces lo que quiere el cliente es un servicio nuevo o con cambios que no han sido contemplados anteriormente en su empresa el secreto en saber buscar y encontrar alternativas que no afecten drásticamente el curso del negocio y que dejen contentos tanto a su empresa como al cliente.
- Creatividad: Un factor clave de un servicio personalizado es dedicar el tiempo y los recursos necesarios para ofrecer algo que nadie haya sido capaz de hacer anteriormente. Esto significa investigar en el mercado, ver qué cosas hace su competencia, qué opinan sus clientes, qué es lo que esperan de su negocio.
- Adaptación al cliente: El servicio debe ajustarse a las características del cliente, tiempo y dinero, una forma es pensar modalidades de pago que se adapten a los recursos del consumidor.
- Fiabilidad: Su empresa debe procurar entregar el servicio a la hora y tiempos estipulados. La puntualidad y el profesionalismo son rasgos esenciales de un servicio a la medida del cliente. Además, su empresa debe ser capaz de responder correctamente cualquier duda o reclamo.
- Retroalimentación: Las necesidades de su cliente siempre van cambiando y su empresa debe ser capaz de ajustarse a éstas, una forma simple es preguntar a los clientes qué opinan del servicio y qué cambiarían.

Los principales productos de la empresa en estudio están basados en la tecnología, por ello hay que conocer su influencia que ha tenido en el país de Ecuador, donde se va a efectuar el estudio.

### **2.1.9 El avance tecnológico en el Ecuador**

La tecnología en Ecuador es bastante escasa, lo cual ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, ya que la falta de esta no nos ha permitido avanzar de una manera óptima en el mercado competitivo a nivel mundial. Ecuador se encuentra en una notoria desventaja con los demás países, generando un gigantesco abismo entre nosotros y las demás naciones.

Hoy en día todo se mueve a través de la tecnología, los avances tecnológicos ayudan a facilitar mucho los procesos de elaboración, los hacen con mayor rapidez y eficacia que con la mano de obra, permitiendo abaratar así el costo de producción, la productividad y competitividad de las empresas.

#### ➤ Las NTIC's

Las NTIC significa, Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación, agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de la información, por medio de la informática, internet y las telecomunicaciones, designando un sector en la actividad económica de un país.

Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios.

Son servicios donde se mantiene el modelo proveedor-cliente con una sofisticación, más o menos grande en función de las posibilidades tecnológicas y de evolución de la forma de prestar el servicio.

El equipo móvil portátil se ha convertido en un dispositivo individual, asociado a una persona y por lo tanto con una fuerte tendencia a satisfacer sus demandas como es poder manejar con su dispositivo el comercio electrónico, el acceso a contenidos informativos o de ocio, en si permitir todas las necesidades que satisfacía un computador.

## 2.2 Marco Conceptual

Para el presente estudio se ha determinado como relevantes los siguientes términos:

- **Mejoramiento Continuo:** Es un proceso de cambio para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.
- **Administración:** Es la ciencia social o Tecnología Social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.)
- **Análisis FODA:** Consiste en hacer un análisis interno y externo de una empresa determinando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

- **Marketing:** Es la ciencia que se dedica al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores.
- **Cliente:** Un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.
- **Control:** Es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados; se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos.
- **Tecnología:** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.
- **Tecnología portátil:** Es un bien tecnológico, personal móvil o transportable, con la capacidad de realizar varias tareas y puede operar por un periodo determinado sin estar conectado a una red eléctrica.
- **Página web:** Es el nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web(www.) y que puede ser accedida mediante un navegador .
- **Redes Sociales:** Es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (individuos u organizaciones) que están conectados por diádas denominadas lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, entre otros.

- **Diagrama de flujo:** Un Diagrama de Flujo representa la esquematización gráfica de un algoritmo, el cual muestra gráficamente los pasos o procesos a seguir para alcanzar la solución de un problema.
- **Dirección:** Habilidad gerencial y de liderazgo mediante la cual se dirige, influye, y motiva a los miembros de una empresa a la consecución de tareas relativas al mejoramiento empresarial.
- **Eficiencia:** Es la capacidad de hacer las labores trazadas de la mejor manera posible con un mínimo de recursos.
- **Eficacia:** Es la capacidad de acertar en la selección de los objetivos y las labores más adecuadas de acuerdo a las metas de la organización.
- **Estrategias:** Estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos.
- **Estructura organizacional:** Se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados.
- **Data-base:** Es una técnica del Marketing que utiliza modelos estadísticos, a través de información de clientes contenida en una base de datos, para predecir su inclinación de compra y desarrollar así las estrategias de Marketing adecuadas.
- **Gestión por Procesos:** Es uno de los enfoques que facilitan mejorar la eficiencia y la eficacia de la gestión empresarial, marcada en la actualidad por el gran dinamismo del mercado y por las nuevas tecnologías.

- **Jerárquica:** La organización, como estructura, origina la necesidad de establecer niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la empresa.
- **Lugar de trabajo:** Sitio en el que los trabajadores deban elaborar, y que se halle bajo el control de un empleador.
- **Servicio Técnico:** Es aquel servicio que está orientado a resolver aquellos problemas que surjan durante el uso del servicio en cuestión o en el uso de algún artefacto electrónico adquirido.
- **Comercialización:** Es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.
- **Marco teórico:** La fundamentación teórica justifica el objeto de estudio, recoge y resume el estado de la cuestión sobre el tema elegido e introduce los objetivos de la investigación.
- **Mapas de procesos:** El mapa de proceso contribuye a hacer visible el trabajo que se lleva a cabo en una unidad de una forma distinta a la que ordinariamente se la conoce.
- **Metas:** La meta se puede entender como la expresión de un objetivo en términos cuantitativos y cualitativos.
- **Objetivos:** El objetivo es la cristalización de un plan de acción o de trabajo el cual está conformado por metas.
- **Organización:** La organización agrupa y ordena las actividades necesarias para lograr los objetivos, creando unidades administrativas, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquías.

- **Organigrama:** El organigrama es el instrumento que se utiliza en la empresa para plasmar de forma gráfica la estructura que tienen las organizaciones.
- **Competencia:** Es una situación propia de un mercado en donde existen varios oferentes y demandantes para un bien o un servicio determinado.
- **Planes:** El plan es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo.
- **Planificación:** Consiste en establecer anticipadamente los objetivos, políticas, reglas, procedimientos, programas, presupuestos y estrategias de un organismo social. , es decir, consiste con determina lo que va a hacerse.
- **Política:** Son las normas o directrices que expresan los límites dentro de los cuales deberá producirse la acción.
- **Procedimiento:** Son las secuencias de actividades perfectamente seleccionadas que observan un orden cronológico tomado en cuenta el tiempo, esfuerzo, y costos.
- **Proceso:** Un conjunto de acciones integradas y dirigidas hacia un fin; Una acción continua u operación o serie de cambios o tareas que ocurren de manera definida; La acción y el efecto de continuar de avanzar.
- **Proceso administrativo:** Considera a la Administración como la ejecución de ciertas actividades llamadas funciones administrativas: Planeación, Organización, Dirección y Control.
- **Productos:** Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.
- **Servicios:** En economía y marketing, una actividad para satisfacer necesidades.

- **Ventaja Competitiva:** Características básicas o agregadas de una empresa que le otorgan distinción en tales aspectos frente a su competencia directa e indirecta.
- **Derecho de Llaves:** es el valor monetario atribuido a las relaciones y reputación de una entidad comercial industrial, siendo asimismo una valorización anticipada de la potencialidad del negocio.
- **Amortización:** La **amortización** es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos.

### 2.3. Marco referencial

La empresa MOBILE Services, está dedicada a la comercialización y prestación de servicios técnicos en equipos electrónicos portátiles, ofreciendo sus servicios en el sector norte y sur en la ciudad de Quito.

La empresa MOBILE Services, se encuentra en un mercado muy competitivo donde su carta de presentación es su servicio técnico, respaldados con una vasta experiencia en este ámbito, sin embargo el funcionamiento de esta área carece de un manejo administrativo, en donde el índice de satisfacción de sus clientes es comprometido por un mal manejo en sus procesos.

Los ítems más solicitados en el área de servicio técnico y comercial son:



**Tabla No.1 Principales productos de venta**

Área Servicio Técnico	Área Comercial
Display (Pantalla)	Smart Phones (Celulares)
Táctil	Laptops (Computadores)
TrackPad (Cursor)	Video Consolas Portátiles
Pin de Carga	Case (Estuches)
Micrófono	Cable de Datos
Auricular	Cargadores
Cámara	Micas
Parlante	Parlantes
Flex	Micro SD
Software	Auriculares

Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: MOBILE Services

Es imposible definir un producto estrella ya que al tratarse de un negocio de tecnologías el consumo de sus productos varía de acuerdo con la tendencia del mercado, pero lo que se puede identificar son las marcas que lideran las ventas en los locales comerciales las cuales se indican en la siguiente tabla.

**Tabla No.2 Principales Marcas de venta**

Marcas	Venta Totales	%
Samsung	\$ 61.244,22	30%
Sony	\$ 20.414,74	10%
MOBO	\$ 24.497,69	12%
2Apple	\$ 40.829,48	20%
Ccm	\$ 16.331,79	8%
Nokia	\$ 8.165,90	4%
Toshiba	\$ 10.207,37	5%
Motorola	\$ 6.124,42	3%
Black Berry	\$ 16.331,79	8%
<b>Total</b>	<b>\$ 204.147,40</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: MOBILE Services

Para el desarrollo del proyecto de mejoramiento a la empresa MOBILE Services, es importante conocer y analizar su situación financiera en donde presenta el siguiente Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias.

**Tabla No.3 Balance General**

<b>MOBILE SERVICES CIA.LTDA.</b>	
<b>Balance General 2012</b>	
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
Activos Corrientes	\$ 61.304,32
Efectivo (Caja)(Bancos)	\$ 1.852,00
Cuentas y Doc. X Cobrar	\$ 6.839,95
Inventario Mercadería	\$ 51.270,90
Crédito tributario a favor (Renta)	\$ 1.341,47
Activos Fijos	\$ 39.364,29
Muebles y Enceres	\$ 8.000,00
Equipos de Computación	\$ 4.000,00
Vehículos	\$ 35.705,36
(-)Depreciación	(\$ 8.341,07)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 100.668,61</b>
<b>PASIVOS</b>	
Cuentas y Doc. Por pagar a proveedores	\$ 44.257,25
Obligaciones Fiscales	\$ 425,01
Préstamo Accionistas Locales	\$ 42.478,12
Sueldos por pagar	\$ 3.250,00
IESS por pagar	\$ 512,50
Préstamo Bancarios	\$ 12.200,00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 103.122,88</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Social	\$ 1.000,00
Resultados Utilidad (Pérdida) del Ejercicio	(\$ 3.454,27)
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>(\$ 2.454,27)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 100.668,61</b>

Elaborado por: MOBILE Services  
Fuente: Declaraciones SRI 2012

Observaciones:

- Refleja un 60% en activos corrientes, siendo positivo para que la empresa tenga flujo de efectivo.
- A favor el 50% de activos se reflejan en la cuenta Inventario Mercadería.
- El monto elevado en la cuenta Préstamo Accionistas, incremento dado por la remodelación de los dos locales y la nueva apertura de la sucursal en el Centro Comercial El Recreo.
- El total de Pasivos supera al total de Activos.

**Tabla No.4 Estado de Resultados**

MOBILE SERVICES CIA.LTDA.		
Estado de Resultados 2012		
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012		
<b>INGRESOS</b>		
Ventas	\$ 142.903,18	
Servicio de Mantenimiento	\$ 61.244,22	
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$ 204.147,40</b>
<b>EGRESOS</b>		
Costo de ventas		\$ 57.161,27
Inv. Inicial	\$ 15.653,82	
Compras	\$ 92.778,35	
Inv. Final (-)	(\$ 51.270,90)	
Gasto de Administración y Ventas		\$ 150.440,40
Gasto Generales	\$ 19.200,00	
Gasto Sueldos-Decimos-IESS	\$ 36.150,00	
Gasto Depreciación Activos	\$ 8.341,07	
Gasto Ventas	\$ 86.749,33	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 207.601,67</b>
<b>Utilidad Operacional (Pérdida)</b>		<b>(\$ 3.454,27)</b>

Elaborado por: MOBILE Services  
Fuente: Declaraciones SRI 2012

### Observaciones:

- El 70% de ingresos de la empresa lo genera el área comercial, y un 30% el área del servicio técnico.
- Los gastos que genera la empresa son muy altos, en especial la cuenta Gastos Ventas.
- La empresa en sus Estados de Resultados, se declara en pérdida en el año 2012.

La empresa MOBILE Services, en sus Estados de Resultados del año 2012 tuvo un efecto negativo, es decir en “Pérdida”, cabe recalcar que en los últimos meses antes de terminar el año fiscal la empresa hace la adquisición de su nueva sucursal en el C.C El Recreo, el cual provoco un incremento en gastos.

Para obtener un mejor panorama en los gastos se analizará la cuenta “Gasto Ventas”.

**Tabla No.5 Descripción de la cuenta “Gasto Ventas”**

GASTO VENTAS	
Descripción	Valor
Gasto beneficios sociales, indemnizaciones y otras remuneraciones que no pertenece materia gravada del IESS	\$4.500,00
Gasto Honorarios Profesionales	\$1.300,00
Gasto Arriendo	\$14.400,00
Gasto mantenimiento y reparaciones	\$3.200,00
Gasto combustible	\$ 4.189,00
Gasto transporte	\$7.200,00
Gasto intereses pagados a terceros relacionados locales	\$3.200,00
Gasto viaje	\$ 3.600,00
Gasto servicio público	\$3.997,00
<b>Gasto suministro materiales</b>	<b>\$14.300,0</b>
Gasto Materiales	\$ 2.860,00
Gasto Repuestos	\$ 11440,00
<b>Gasto de gestión</b>	<b>\$26.863,3</b>
Gasto Derecho de Llaves nuevo local	\$10.500,00
Gasto Remodelación	\$ 8.500,00

Gasto derecho para distribución de marcas	\$ 3.200,00	
Gasto garantía Proveedor	\$ 2.500,00	
Otros gastos	\$ 2.163,33	
<b>TOTAL GASTO VENTAS</b>		<b>\$86.749,33</b>

Elaborado por: Alexander Corella

Fuente: MOBILE Services

#### Observaciones:

- La fuente para el estudio del análisis de la Situación Financiera de la empresa son las declaradas al Servicio de Rentas Internas (SRI), los cuales manejan su propio formato en cuanto a nombres de las cuentas. La cuenta “Gastos Suministro Materiales”, se refiere a los gastos de materiales y repuestos necesarios para el Servicio Técnico.
- Al derecho de llaves se lo considera un Activo Intangible que se lo amortiza considerando la naturaleza y la vida previsible del negocio.
- La Remodelación es un Activo Fijo ya que queda en la empresa al cual se lo deprecia.
- Existen muchas cuentas que la empresa contablemente los ha registrado como gastos en su totalidad, los cuales y dependiendo del juicio del contador se puede dar otro enfoque.

Luego de analizar las cuentas declaradas de la empresa MOBILE Services, tanto en su Balance General y Estado de Resultados en el año 2012, existe errores que no se consideraron en la realización de sus Estados Financieros, al juicio de la investigación se propone los siguientes cambios.

Cuenta:

- Gasto Derechos de Llaves: Cambiar la cuenta considerándola como un Activo Intangible, al cual se lo amortizará a 5 años, por efectos del contrato de renta y de su renovación.
- Gasto Remodelación: Cambiar la cuenta considerándola como un Activo Fijo el cual se lo depreciará a 5 años, por efectos del contrato de renta y de su renovación.

Con los siguientes cambios propuestos a continuación se presenta el siguiente Balance General y Estado de Resultados.

**Tabla No.6 Propuesta del Balance General**

MOBILE SERVICES CIA.LTDA.		
Balance General		
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012		
<b>ACTIVOS</b>		
Activos Corrientes		\$ 61.304,32
Efectivo (Caja)(Bancos)	\$ 1.852,00	
Cuentas y Doc. x Cobrar	\$ 6.839,95	
Inventario Mercadería	\$ 51.270,90	
Crédito tributario a favor (Renta)	\$ 1.341,47	
Activos Fijos		\$ 45.364,29
Muebles y Enceres	\$ 8.000,00	\$ 7.200,00
(-)Depreciación Muebles y Enceres	(\$ 800,00)	
Equipos de Computación	\$ 4.000,00	\$ 2.800,00
(-)Depreciación Equipos de Computación	(\$1.200,00)	
Vehículos	\$35.705,36	\$ 28.564,29
(-)Depreciación Vehículos	(\$7.141,07)	
Remodelación	\$ 8.500,00	\$ 6.800,00
(-)Depreciación Remodelación	(\$1.700,00)	
Activos Intangibles		\$ 8.400,00
Derecho de Llaves	\$ 10.500,00	

(-)Amortización Acumulada	\$ (2.100,00)	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$115.068,61</b>
<b>PASIVOS</b>		
Cuentas y Doc. Por pagar a proveedores	\$ 44.257,25	
Obligaciones Fiscales	\$ 425,01	
Préstamo Accionistas Locales	\$ 42.478,12	
Sueldos por pagar	\$ 3.250,00	
IESS por pagar	\$ 512,50	
Préstamo Bancarios	\$ 12.200,00	
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>\$103.122,88</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital Social	\$ 1.000,00	
Resultados Utilidad del Ejercicio	\$ 10.945,73	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>\$ 11.945,73</b>
<b>TOTAL ACTIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>\$115.068,61</b>

Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: MOBILE Services

**Tabla No.6 Propuesta del “Estado de Resultados”**

<b>MOBILE SERVICES CIA.LTDA.</b>		
<b>Estado de Resultados 2012</b>		
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012</b>		
<b>INGRESOS</b>		
Ventas	\$ 142.903,18	
Servicio de Mantenimiento	\$ 61.244,22	
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$204.147,40</b>
<b>EGRESOS</b>		
Costo de ventas		\$ 57.161,27
Inv. Inicial	\$ 15.653,82	
Compras	\$ 92.778,35	
Inv. Final (-)	<b>(\$ 51.270,90)</b>	
<b>Gasto de Administración y Ventas</b>		<b>\$ 136.040,40</b>
Gasto Generales	\$ 19.200,00	
Gasto Sueldos-Decimos-IESS	\$ 36.150,00	
Gasto Depreciación Activos	\$ 10.841,07	
Gasto Ventas	\$ 45.586,00	
Gasto Suministro Materiales y Repuestos	\$ 14.300,00	
Gasto por Gestión	\$ 7.863,33	
Gasto Amortización Acumulada	\$ 2.100,00	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$193.201,67</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$ 10.945,73</b>

(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 1.641,86
Utilidad antes de Imp. Renta	\$ 9.303,87
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 2.325,97
Utilidad antes de Reserva Legal	\$ 6.977,90
(-) 5% Reserva	\$ 348,90
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 6.629,01</b>

Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: MOBILE Services

Observaciones:

Las dos cuentas de gastos fueron modificadas, “Derecho de Llaves” “Remodelación”, tienen como naturaleza estar en la cuenta de Activos.

Basándose en este hecho y bajo mi criterio, la empresa aumenta los Activos y corrige gastos que no pertenecen a la cuenta, la empresa refleja en su Estado de Resultados “Utilidad”.

La empresa actualmente cuenta con 7 colaboradores los cuales se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla No.8 Personal MOBILE Services**

#	Personal	Sueldo (mensual)
1	Gerente	\$ 1500
2	Presidenta	\$ 700
3	Vendedor A	\$ 350
4	Vendedor B	\$ 350
5	Vendedor de Apoyo	\$ 150
6	Técnico	\$ 500
7	Contador (Externo)	\$ 250
<b>Total</b>		<b>\$ 3800</b>

Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: MOBILE Services



Los valores indicados en la tabla, son sin considerar el pago de aporte personal al IESS, y comisiones por ventas tanto a los vendedores como al técnico.

Los Flujos de Efectivo de la Empresa MOBILE Services se detallarán en el capítulo de la propuesta para poder analizar el costo beneficio con y sin la aplicación del proyecto.

### **2.3.1 Información General de la Empresa**

- Razón Social: MOBILE SERVICE Cía. Ltda.
- Actividad Económica: Comercialización y Prestación de Servicios Técnicos, de equipos electrónicos portátiles.
- Dirección de la empresa: Matriz, Av. Gaspar de Villarroel e4-140 y Av. Amazonas. Sucursal, C.C. El Recreo local a 58 frente a la boletería Multicines.
- Representante Legal: Álvaro Domínguez Tamayo
- Antigüedad de la empresa: Legalmente constituida como MOBILE Services, tiene funcionado más de 1 año y medio, pero tiene una trayectoria con otra razón social por más de 10 años.

### **2.3.2 Reseña Histórica de la empresa**

El Sr. Álvaro Domínguez, estudió en el Instituto Tecnológico Central Técnico, en donde se especializó por cuatro años en la rama de electrónica, al culminar sus estudios secundarios por motivos personales y económicos no continuó estudiando, y comienza a trabajar como burócrata en el sector público por dos años, por una confusión administrativa sale de la institución, y se enfrenta en un tiempo de crisis, como él

contaba con conocimientos en la electrónica se dedica arreglar impresoras, hasta que el 2002 junto con un socio deciden obtener un préstamo de tan solo \$1.800,00, en donde la idea principal es poner un negocio de audio para vehículos, pero un conocido los convence de la idea de un negocio que en ese tiempo estaba recién innovándose y tenía una excelente acogida, es decir de todo lo relacionado con la telefonía celular, es de esta forma nace la empresa enfocada a este medio; Gracias a la excelente habilidad del Sr. Álvaro Domínguez en la parte del servicio técnico, rápidamente es reconocido como uno de los mejores en esta área en el sector sur de la ciudad de Quito, luego de dos años de trabajo, por problemas personales con su socio deciden separarse, es así que el Sr. Álvaro Domínguez decide crear ya su propia empresa con el nombre de EVO-CELL Solutions, empresa dedicada netamente al servicio técnico a nivel de distribuidor, por su buen desempeño y habilidad en esta área, es considerado como uno de los pioneros en el servicio técnico para celulares; conforme pasaron los años el negocio de la telefonía celular tuvo un crecimiento formidable, la competencia fue siendo más agresiva, en el 2011 decide cambiar su rumbo de negocio enfocándose al cliente final, es así que conforman la compañía actual con la razón social MOBILE SERVICE ubicándose en el sector norte de la ciudad de Quito, por su buen desempeño y su gran experiencia en este medio, rápidamente comienza a ganar gran prestigio en la zona, y al culminar este año, se presenta una excelente oportunidad de ampliar su negocio y ubicarse en un centro comercial como es “El Recreo” ubicado en el sector sur de la ciudad y uno de los centros comerciales de mayor rotación de efectivo, es así que hasta la actualidad la compañía ha tenido un crecimiento formidable.

### **2.3.3 Misión, Visión y Objetivos.**

MOBILE SERVICE, continúa con su proceso de crecimiento empresarial, con el objetivo de llegar a ser una compañía de reconocimiento y de prestigio por parte de la población de Quito.

#### **2.3.3.1 Misión**

“Somos una empresa dedica a brindar servicios de alta calidad para la entera satisfacción de nuestros clientes”

#### **2.3.3.2 Visión**

“Nuestra visión es que a través de nuestro crecimiento, posesionar el mercado local tanto en equipos como de servicio técnico”

#### **2.3.3.3 Proyectos a corto plazo**

La empresa consta con dos locales comerciales ubicados en el sector norte y sur de la ciudad de Quito, actualmente los dos establecimientos están arrendados, en donde MOBILE Services, tiene como propuesta a corto plazo comprar los dos establecimientos, comenzando con el local ubicado en el C.C. El Recreo ubicado en el sector sur de la ciudad, ya que en estos últimos meses está generando mayores ingresos, y el vendedor ofrece una buena oferta por el establecimiento; consecutivamente se pretende comprar el otro local, ya que en este a más de ser un local comercial consta con la oficina de la compañía.

#### **2.3.3.4 Proyectos a largo plazo**

El objetivo principal de la empresa es buscar el reconocimiento y el prestigio por parte de la población de Quito, para esto tiene como proyecto crecer y aumentar su número de sucursales, es así que pretende desarrollarse a gran escala en infraestructura, mercado y servicio, con el fin de asemejarse a los locales comerciales de empresas internacionales como son: Apple, HP, Nokia, empresas que se destacan en el medio de la tecnología portátil.

#### **2.3.4 Producto**

En el negocio de la tecnología, los productos varían de su consumo a través de la tendencia, el cambio y la renovación de estos productos son constantes, a continuación detallare los cuatro tipos de productos que ofrece la empresa MOBILE Services, tanto para su comercialización como el servicio técnico.

##### **2.3.4.1 Smart Phones**

**Gráfico No. 3 Teléfonos Celulares**



Fuente: Smart Phones. /[www.mobiletoday.co.uk/News/22314/Smartphones\\_to\\_grab\\_54\\_percent\\_of\\_mobile\\_phone\\_market\\_by\\_2013.aspx](http://www.mobiletoday.co.uk/News/22314/Smartphones_to_grab_54_percent_of_mobile_phone_market_by_2013.aspx)

Los Smart Phones que en español significa Teléfonos Inteligentes, son construidos sobre una plataforma informática móvil; el término “inteligente” hace referencia a la capacidad de usarse como un computador de bolsillo, llegando incluso a remplazar a un computador personal en algunos casos.

Características comunes a la función de multitarea, el acceso a Internet, programas de agenda, cámara digital integrada, administración de contactos, acelerómetros, GPS y algunos programas de navegación así como ocasionalmente la habilidad de leer documentos de negocios en variedad de formatos como PDF y Microsoft Office.

En la página web [impulsonegocios.com](http://impulsonegocios.com) (2012) afirma. A medida que los teléfonos móviles crecen en popularidad, los sistemas operativos con los que funcionan adquieren mayor importancia. La cuota de mercado de sistemas operativos móviles a mediados de 2012 era el siguiente: Android 68,1%, IOS 16,9%, BlackBerry OS 4,8%, Symbian OS 4,4%, Windows Phone y Windows Mobile 3,5 %, otros 2,3%

#### **2.3.4.2 Tablet's**

**Gráfico No. 4 Tablet's Electrónicas**



Fuente: <http://www.androidchile.cl/tag/tablet/>

Son un nuevo dispositivo que ofrece funciones similares a las de una computadora pero que se presenta en una sola pieza, sin teclado físico, con un diseño plano, fino y compacto el cual contiene todos los componentes esenciales para su funcionamiento de forma autónoma, todo ello comprimido en una sola pieza.

Los dispositivos Tablet o Tableta en español, revolucionan el concepto de movilidad por ser fácilmente portables y permitir estar conectados a Internet de forma permanente, algunas de las empresas que fabrican estos dispositivos han incluido la conectividad del 3G, es decir convirtiéndolos también en teléfonos móviles, además de permite ejecutar un sin fin de aplicaciones que nos facilitan el convivir, tanto con la parte personal, como laboral.

En lo personal las llamadas Tablet's en un futuro no muy distantes van a ser el remplazo de las laptops, lo único que le falta es tener un mayor procesador, que acompañado con la nano tecnología es muy posible que los próximos años la computadoras portátiles sean obsoletas.

### **2.3.4.3 Laptops**

**Gráfico No. 5 Computadoras Portátiles**



Fuente: <http://www.pcworld.com/product/1177474/ideapad-yoga.html>

Una laptop es una computadora portátil de peso y tamaño ligero, asemejando el tamaño de un portafolio, es un equipo compuesto por una pantalla líquida, alimentada con baterías o corriente alterna, puede durar más de dos horas de funcionamiento, es liviana, presenta teclado integrado.

La laptop es ideal para quienes desean trasladar su trabajo de la oficina al hogar y viceversa, para quienes realizan presentaciones o son viajeros frecuentes, para los estudiantes de universidad, investigadores, personas que viven o trabajan oprimidos en espacios reducidos, o simplemente para comodidad al tener un computador portátil ya que en la actualidad las emplean en los hogares como medio de comunicación, entretenimiento, ocio y de educación, dejando a un lado la computadora de escritorio.

Una laptop puede hacer prácticamente lo mismo que una computadora de escritorio, con memorias extensas, capacidad enorme, monitores amplios y procesadores muy avanzados.

#### **2.3.4.4 Video Consolas Portátiles**

**Gráfico No. 6 Video Consolas Portátiles**



Fuente: <http://globedia.com/sony-fuertes-ventas-consolas-portatiles>

Una videoconsola portátil es un dispositivo electrónico ligero que permite jugar videojuegos, a diferencia de una videoconsola clásica, los controles, la pantalla, los altavoces y la baterías están todos integrados en la misma unidad y todo ello con un pequeño tamaño, para poder llevarla y jugar en cualquier lugar o momento.

### **2.3.5 Locales Comerciales**

#### **2.3.5.1 Matriz**

Su matriz se encuentra ubicada en la Av. Gaspar de Villarroel E4-140 y Av. Amazonas, Mobile Services Matriz consta una espacio físico óptimo para el desenvolvimiento tanto de la actividad comercial, la gestión administrativa y el servicio técnico, sus áreas se dividen en:

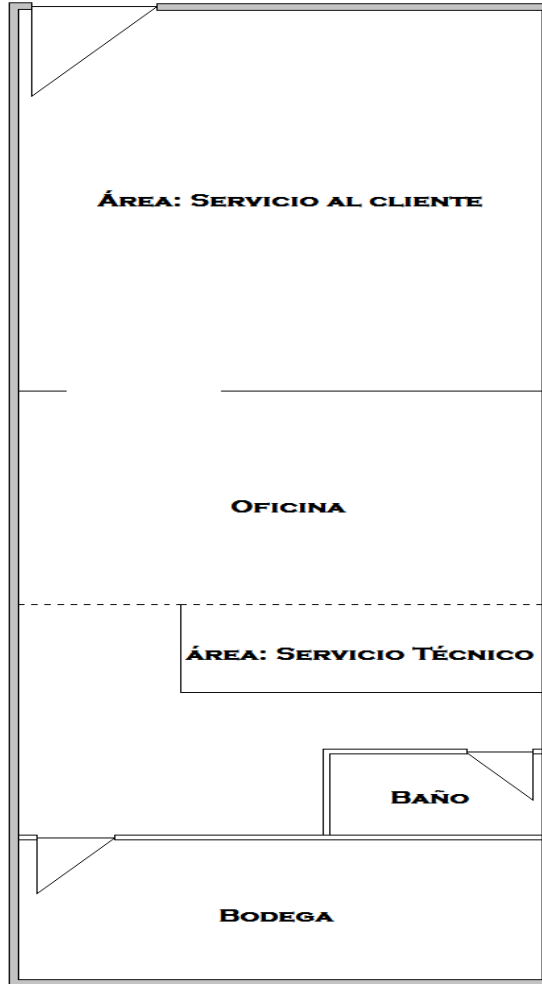


## Gráfico No. 7 Plano Sucursal Norte

### Sucursal Norte

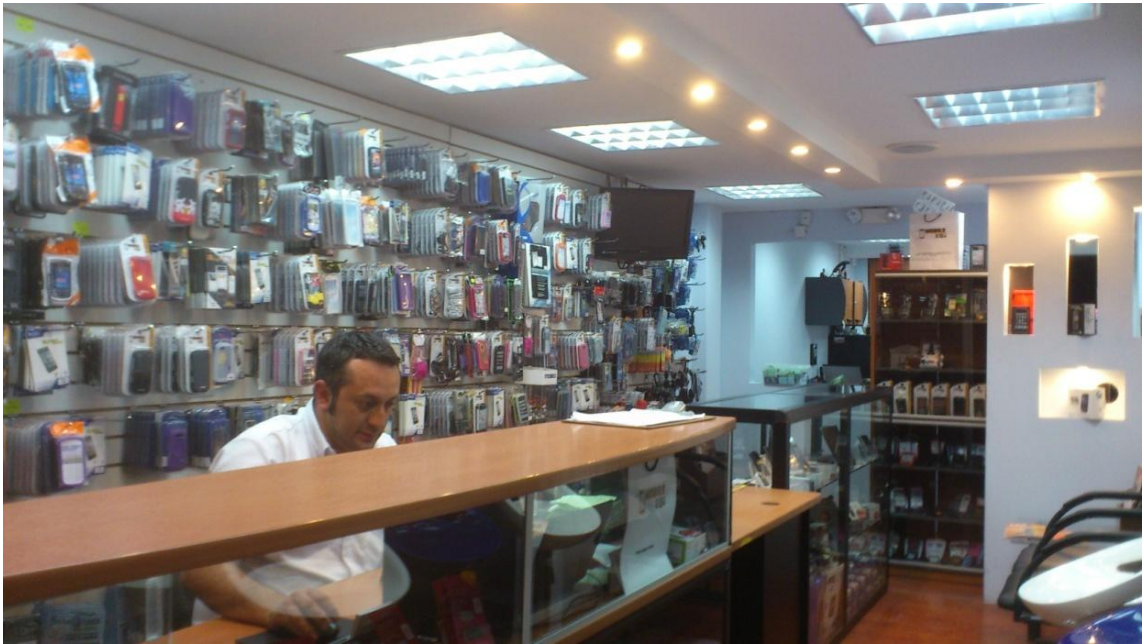
Av. Gaspar de Villarroel E4140 y Av Amazonas

Área: 44 M<sup>2</sup>



Elaborado por: Alexander Corella

### Gráfico No. 8 Matriz Atención al Cliente



Fotografía tomada por: Alexander Corella

### Grafico No. 9 Matriz Bodega



Fotografía tomada por: Alexander Corella

### Gráfico No. 10 Matriz Servicio técnico



. Fotografía tomada por: Alexander Corella

#### 2.3.5.2 Sucursal Sur

La sucursal se encuentra ubicada en el Centro Comercial “El Recreo” local #A58, Mobile Services El Recreo consta con un espacio físico óptimo para el desenvolvimiento tanto de la actividad comercial, como en el servicio técnico, sus áreas se dividen en:

**Gráfico No. 11 Plano Sucursal Sur**

**Sucursal Sur**

Centro Comercial “El Recreo” local #A58

Área: 21 M2



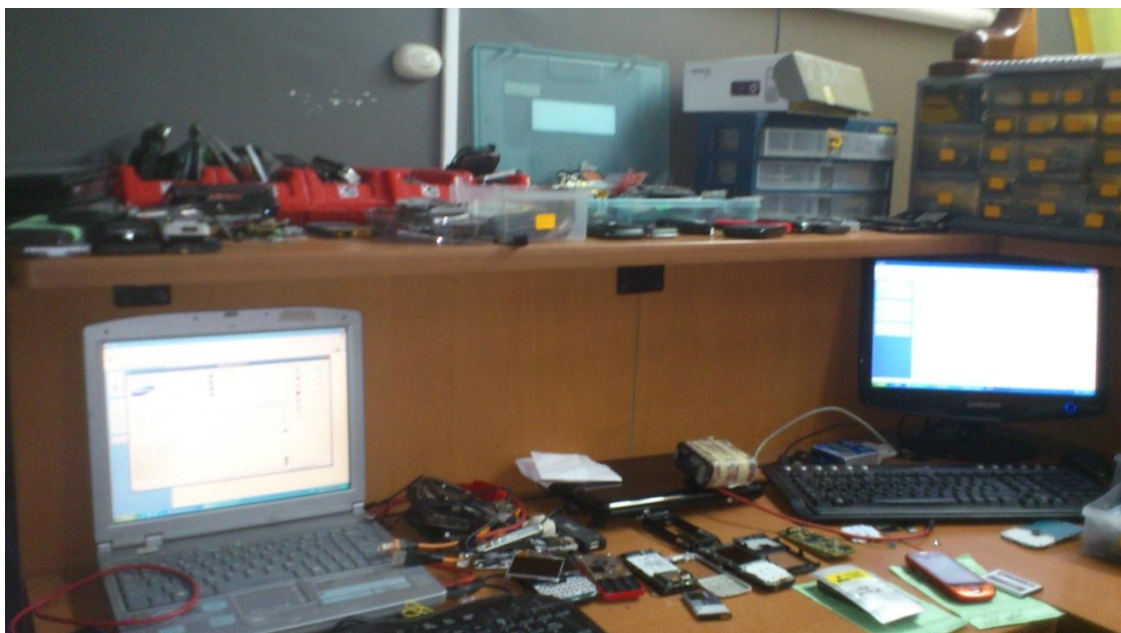
Elaborado por: Alexander Corella

**Gráfico No. 12 Atención al Cliente Sucursal Sur.**



Fotografía tomada por: Alexander Corella

**Gráfico No. 13 Servicio técnico Sucursal Sur.**



Fotografía tomada por: Alexander Corella

### 2.3.6 Clientes

Una vez constituido la compañía MOBILE Services, está brindando sus servicios por dos años, tiempo por el cual ha definido a sus clientes en tres grupos:

- Clientes Frecuentes: Son aquellos clientes que realizan sus compras a menudo, este tipo de clientes, por lo general demuestra estar complacido con la empresa, sus productos y servicios.
- Clientes Habituales: Son aquellos que realizan compras con cierta regularidad porque están satisfechos con la empresa, el producto y el servicio, pero no demuestran total fidelidad a la empresa al momento de realizar la compra de un producto similar.
- Clientes Ocasional: Son aquellos clientes que realizan compras solo una vez, demostrando que no existe impacto de la empresa hacia este tipo de consumidor.

En el estudio que se va a realizar, se analizará dos tipos de clientes:

- Clientes Satisfechos: Son aquellos que mediante el desempeño de la empresa, el cliente percibe la calidad del producto y el servicio analizando si ha excedido sus expectativas, consecuentemente se estudiara el nivel de satisfacción, que le brinda la Empresa.
- Clientes Insatisfechos: Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa, y no causo mayor efecto, permitiendo estudiar causas por las cuales debe mejorar la empresa para poder afianzar a este tipo de clientes.

## **2.3.7 Proveedores**

### **2.3.7.1 Nacionales**

- La Diferencia: Empresa Fabricadora y Comercializadora de repuestos para celulares, ubicada en el sector norte de Quito, con gran experiencia y calidad brindado sus servicios a 14 países en cuatro continentes, fabricando y distribuyendo desde China hacia los demás países en todo el mundo, productos como: Lcd, flex, parlantes, altavoces, baterías, pines de carga, cargadores, estuches, maquinas.
- Comisariato del Celular: Empresa ecuatoriana importadora de accesorios para celulares, cámaras digitales, consolas de video juegos, distribuyendo sus productos de más alta calidad, trabaja con marcas reconocidas las principales como: Nokia, Sony Ericsson, Motorola, LG, BlackBerry, Sandisk, Kingston.

### **2.3.7.2 Internacionales**

- CCMInc.: Empresa establecida en Miami-USA desde 1995, ofrece una línea completa para todo tipo de Smart Phone, Table y Laptops; con más de 2.000 accesorios únicos, siendo muchos de ellos distribuidos exclusivamente por la empresa. Sus servicios son brindados a clientes corporativos, instituciones educativas, agencias gubernamentales, y revendedores. Con más de 10 años de crecimiento y experiencia, la empresa es líder en la industria inalámbrica, agregando un crecimiento constante a una empresa sólida.
- Marvol Corporation: Empresa mayorista ubicada en Miami-USA, distribuye piezas y accesorios para celulares, de todas las grandes marcas que están

actualmente liderando el mercado, solo distribuye productos originales y de marca.

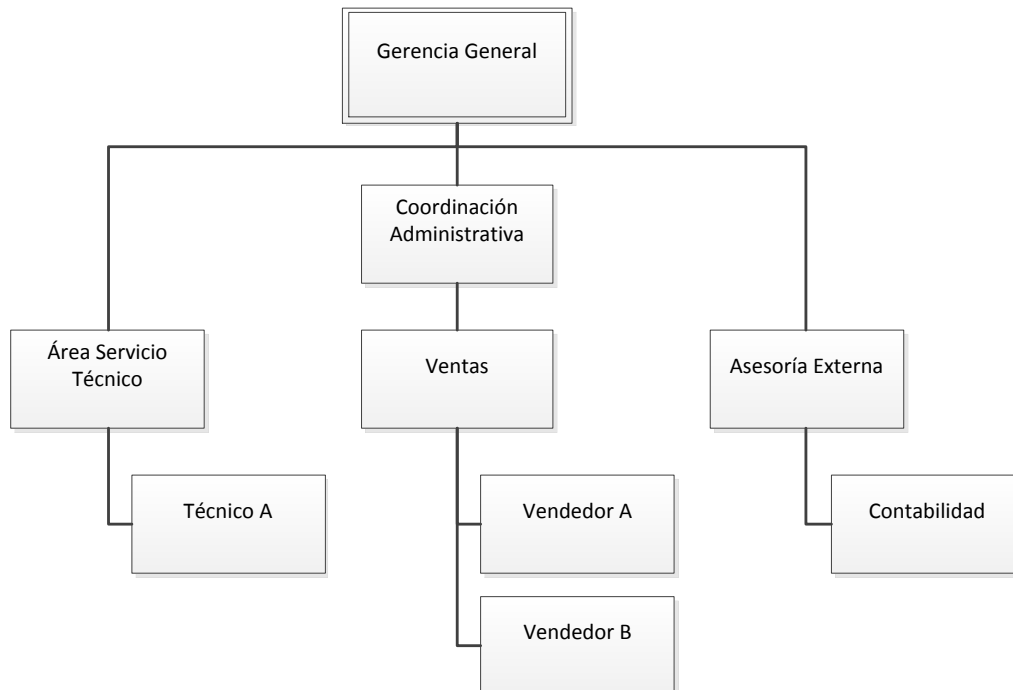
- Protonik LLC: Compañía ubicada en Florida-USA, especialista en la distribución de todo tipo de Smart Phone, de las marcas más importantes como: Motorola, Sony Ericsson, Nokia, BlackBerry, HTC, LG y Samsung, iPhone. Con más de 20 años de experiencia, y con un personal experimentado hace de la empresa una de las más reconocida en este medio.

### 2.3.8 Organigrama de la Empresa

**Gráfico No. 14. Organigrama Estructural**

Organigrama Estructural

#### **MOBILE SERVICE CIA.LTDA.**



Elaborado por el gerente de la empresa: Álvaro Domínguez



## CAPITULO 3

### MARCO METODOLÓGICO, INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 3.1 Métodos de Investigación

##### 3.1.1 Método Inductivo – Deductivo

Este método se aplica en el estudio del análisis de hechos particulares sobre la comercialización de equipos electrónicos portátiles, y sus debilidades en cuanto a precio, como en su servicio técnico personalizado.

➤ Método Inductivo

“Es un método inductivo porque parte de un razonamiento lógico de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general.” (Bernal, C, 2000, Pág.42).

➤ Método Deductivo

“Es un método deductivo porque permite generar soluciones, de esta manera llegar a satisfacer las necesidades del mercado” (Bernal, C, 2000, Pág.42).

##### 3.1.2 Método Histórico – Lógico

➤ Método Histórico

El método histórico está vinculado al conocimiento de las distintas etapas que ha sufrido los equipos electrónicos portátiles, y su desarrollo en los últimos años, donde para

conocer, evolución y desarrollo se hace necesario revelar su historia, las etapas y períodos principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales de la empresa MOBILE Services. Bernal, C. (2000) afirma, “El estudio de la historia del objeto de investigación en toda su diversidad ayudará a la comprensión de su lógica de sus leyes de desarrollo.”(Pág.43).

➤ Método Lógico

El métodos lógico se basan en el estudio histórico, poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo de la teoría y hallando el conocimiento más profundo de esta, expresando, en forma teórica, la esencia del objeto de investigación, la necesidad y regularidad”.(Bernal, C, 2000, Pág.44)

Permitiendo así explicar los aspectos que son expresados a través de las tendencias que existe en la comercialización de equipos electrónicos portátiles y con el nivel de satisfacción que exista en este medio.

### **3.2 Técnicas e Instrumentos de Investigación**

Para el análisis del estudio se utilizarán los métodos de investigación como los son: Observación directa y la Encuesta.

➤ Observación directa

Para determinar con exactitud el entorno tanto externo como interno de la empresa, tomando en cuenta la fluidez de la demanda de futuros consumidores que transite en el sector.

➤ La Encuesta

Permitirá definir clientes satisfechos e insatisfechos, este último se analizará los problemas más frecuentes en la empresa, permitiendo definir los prioritarios, para proponer propuestas de mejoras.

### **3.2.1 Población y Muestra**

Según Jacqueline, W (2010) describe en su blog.

Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo.

- Población.- Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.
- Muestra.- La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

### **3.2.2 Tabulación y Procesamiento de Datos**

El proceso de tabulación consiste en el recuento de los datos que están contenidos en los cuestionarios. En este proceso se incluye todas aquellas operaciones encaminadas a la obtención de resultados numéricos relativos a los temas de estudio que se tratan en los cuestionarios. Se requiere una previa codificación de las respuestas obtenidas en los cuestionarios. Se realizará la tabulación y el diseño de gráficos con datos biográficos, de consumo o de opinión. Los resultados serán presentados en tablas o mapas gráficos que expliquen las relaciones existentes entre las diversas variables analizadas.

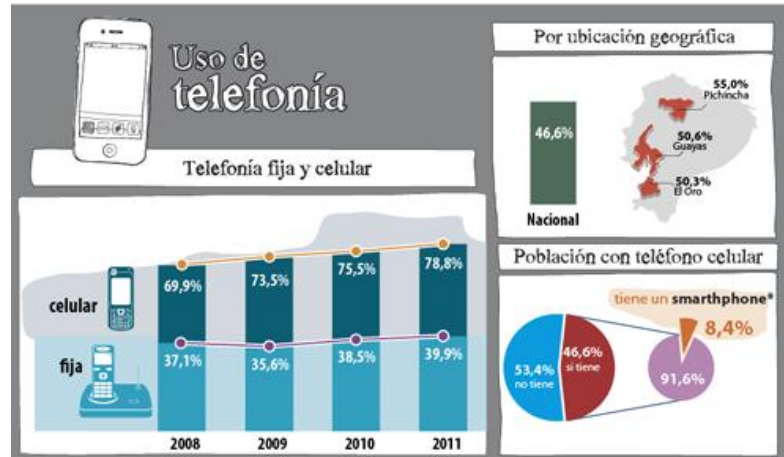
### **3.2.3 Tratamiento Estadístico**

Es el proceso de investigación que consiste en procesar los datos, obtenidos de la población determinada, y tiene como finalidad generar resultados, a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos y las hipótesis y preguntas de la investigación realizada.

El tratamiento estadístico debe realizarse mediante el uso de herramientas estadísticas, como por ejemplo: el Análisis de Pareto, Diagrama de causa efecto, Gráficas de Control, Medidas de Dispersión, Calculo de la Muestra.

### 3.2.4 Las TIC's en el Ecuador 2012 enfocadas en la comunicación móvil.

**Grafico No. 15 Las TIC's en el Ecuador 2012**



Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), son un importante factor de desarrollo, de ahí que es importante conocer como están las cifras de penetración, el Ministerio de Telecomunicaciones MINTEL y el Instituto Nacional de Estadística y Censos presentaron los avances desde el 2008 al 2011.

Las estadísticas provenientes de encuestas a 21.768 hogares, a nivel nacional, regional, provincial, de nivel urbano y rural, y se realizó en diciembre de 2011.

Las cifras obedecen a los avances en cuanto a los servicios de telecomunicaciones y la utilización de las TIC a nivel nacional, para establecer políticas públicas que beneficien a población ecuatoriana.

Referente a la distribución de personas que cuentan con celular activado por provincia, en Pichincha el 55% de personas tienen un celular activado, seguido por Guayas con el 50,6%. Bolívar registra el menor porcentaje con el 29,7%.

Con relación al porcentaje de personas que poseen teléfonos inteligentes, Smartphones, el 8,4% de las personas tienen esta clase de equipos. Actualmente la penetración de telefonía móvil celular en el país es de 108%.

Es importante señalar que del total de las personas que adquieren un teléfono celular inteligente, el 52,9% son hombres y el 47,1% son mujeres. El 11,7% corresponde a personas de entre 16 y 24 años, y el 11,5% a personas de 25 a 34 años. Guayas registra el mayor número de personas con teléfono celular inteligente con un 14,3%, seguida por El Oro con un 11,2%.

El nivel de instrucción postgrado registra el mayor número de personas que cuenta con teléfono celular inteligente con un 32,1%, seguido de la educación media con 17,4%.

El 32,6% de la población utilizó el Internet, principalmente, para comunicarse con sus familiares y amigos; el 31,1% lo utilizó para obtener información. El 54,4% de las personas que usaron Internet lo hicieron por lo menos una vez al día; mientras el 39,5% lo hizo al menos una vez por semana. En el área urbana, el 57% de las personas utilizó el Internet al menos una vez al día; en tanto que en el área rural, el 51,6% de las personas utilizó el Internet al menos una vez por semana.

Las TIC se muestran cada vez más como una necesidad en el contexto de la sociedad, donde los cambios rápidos, el aumento de los conocimientos y las demandas de una educación de alto nivel, constantemente actualizada, se convierten en una exigencia permanente<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup>INEC (2011). *Las Tic's en el Ecuador*. [http://www.inec.gob.ec/sitio\\_tics/telefonía.html](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/telefonía.html)

### 3.3 Investigación de Mercado

#### 3.3.1 Estudio Externo

##### 3.3.1.1 Cálculo de la Muestra

En el estudio se quiere conocer el nivel de satisfacción del cliente, en los dos años que la empresa es conocida con su razón social MOBILE Services. Para ello se utiliza el cálculo de la muestra para una población “Finita”, utilizando como fuente de información las facturas y órdenes de trabajo, emitidas en el periodo 2012 por un total de 2938 facturas, y 1248 órdenes de trabajo, que sumadas se obtiene la población de 4186. La Fórmula para determinar el cálculo de la muestra para una población finita.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = 1,96^2$  (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0,05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0,05 = 0,95)
- d = precisión (en este caso se desea un 4%).

$$n = \frac{4186 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,04^2 * 4186 - 1 + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{763,8445}{6.878476}$$

$$n \approx 111$$

Al comenzar el estudio se evidenció que en su mayoría las personas encuestadas antes del 2012, no recuerdan haber utilizado los servicios de la empresa, estableciendo la primera debilidad de la empresa, al no causar mayor impacto en el consumidor.

Con este imprevisto se decide que, para obtener una mayor precisión en el estudio, reducir el total de la población considerando solo a los consumidores desde el año 2012, partiendo de la factura 1370 hasta la 2938, dando un total de facturas de 1568; y para órdenes de trabajo desde la 504 hasta la 1248, dando un total en órdenes de trabajo de 744, con ello la población finita total para el estudio a realizar es 2312.

$$n = \frac{2312 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,04^2 * 2312 - 1 + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{421,8845}{3.8801}$$

$$n \approx 108$$



### 3.3.1.2 Diseño de la Encuesta

Nombre.....

#### Encuesta para medir la Satisfacción al cliente

**1. Recuerda haber utilizado los servicios de la empresa MOBILE Services.**

A) Si .....

B) No .....

Si la respuesta es “No”, mil disculpas y gracias por su tiempo, adiós.

**2. Qué servicio obtuvo de la empresa.**

A) Servicio Comercial (Productos) .....

B) Servicio Técnico .....

**3.Cuál es su grado de satisfacción con el Producto/Servicio que obtuvo de la empresa.**

A) Excelente .....

B) Muy Bueno .....

C) Bueno .....

D) Regular .....

E) Malo .....

**4. Califique del 1 al 5 los aspectos generales de la empresa tomando en cuenta que el número 5 equivale a excelente y el 1 equivale malo.**

**4.1 Área Comercial**

A) Tiempo de espera al ser atendido .....

- B) Infraestructura .....
- C) Variedad de productos .....
- D) Precio .....
- E) Asesoramiento del manejo del producto .....

**4.2 Área Servicio Técnico**

- A) Diagnóstico previo antes de la reparación .....
- B) Comunicación del proceso de reparación del equipo .....
- C) Satisfacción en la entrega del equipo .....
- D) Precio .....
- E) Tiempo de espera en la entrega del equipo .....

**5. Se ha aplicado un servicio de Posventa.**

- A) Si .....
- B) No .....

**6. Escogiendo solo una opción en qué aspecto cree usted debe mejorar la empresa.**

- A) Área Comercial (Ventas) .....
- B) Servicio Técnico .....
- C) Comunicación .....
- D) Atención al Cliente .....

Gracias, por su tiempo, que tenga un buen día.

Para efectos de la eficiencia de la encuesta y como un interés comercial de la empresa, solicitó transmitir el ofrecimiento de un descuento a las personas encuestadas para poder ofrecerles un servicio de posventa, de esta manera ayuda también al estudio del proyecto captando más la atención de los consumidores que se va a encuestar.

### **3.3.1.3 Pasos para la intervención de la encuesta**

La encuesta se realiza vía telefónica, por cuanto se cuenta con una base de datos de los consumidores que ha tendido la empresa, en donde se medirá el nivel de satisfacción del cliente, dividido en sus dos principales servicios: el Servicio Comercial y el Servicio Técnico, a continuación se detalla los pasos para la realización de la encuesta.

- Saludo inicial.- “Buenas, (Días, Tardes, Noches), le llamamos por parte de la empresa Mobile Services, usted obtuvo servicio/producto (Detallar el servicio/producto) de nuestra empresa en el mes de (Detallar el mes), usted ha sido seleccionado para obtener una gran promoción por el mes de diciembre, si me permite dos minutos de su tiempo para realizar una pequeña encuesta para poder medir el rendimiento de la empresa”.
- Realización de Preguntas.- Se comienza con el procedimiento de encuestar al cliente, siendo muy claro y conciso con las preguntas a realizar.
- Finalización de la encuesta.- “Hemos finalizado la encuesta muchas gracias por la atención prestada, usted es acreedor al 5% en equipos electrónicos y del 10% al 15% en accesorios, solo con su nombre puede dirigirse a cualquiera de nuestros dos establecimientos ubicados en el sector norte en la Gaspar de Villarroel y Amazonas frente al Coliseo Anderson, o en el sector

sur en el Centro Comercial “El Recreo” local A-58 frente a la boletería del “MULTICINES.”

#### **3.3.1.4 Resultados de la encuesta**

En la siguiente tabla se identifica los resultados de la encuesta, realizada a los clientes de la empresa MOBILE Services, dentro de la tabla se utiliza dos colores los cuales sirven para identificar:

- Color Rojo: Aquellas personas que en la primera pregunta respondieron la opción “B” lo que significa que “No” recuerdan haber utilizado los servicios de la empresa, dando por concluido la continuidad de la encuesta.
- Color Verde: Aquellas personas que consumieron los dos servicios que ofrece la empresa, como es el Servicio Comercial y el Servicio Técnico, permitiendo obtener más datos en las siguientes preguntas.

Para identificar las respuestas de las personas encuestadas, se utiliza el signo “X”, al final de la tabla en el “Total” es la suma de “X” que se obtuvo en cada pregunta, con el fin de manejar porcentajes. En el caso de la pregunta cuatro, se maneja números donde se tiene un rango del 1 al 5, de esta manera en la parte del “Total” se maneja un promedio para poder identificar los valores de cada pregunta, referente al rango ya establecido

### 3.3.1.4.1 Tabla de Resultados

**Tabla No. 9 Resultados de Encuestas**

Mobile Services																										
Resultados de Encuestas																										
					Preguntas																					
#	Tipo de Documento	# de Documento	Nombre	Telf.	1		2		3					4					5		6					
					4.1		4.2																			
					A	B	A	B	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	A	B	A	B	C	D		
1	Orden de T.	1951	José Veintimilla	959296852	X	X																				
2	Orden de T.	1945	Paul Morales	983253531	X		X		X							4	2	4	3	4	X			X		
3	Orden de T.	1940	Stalyn Villota	983410059	X		X	X							3	4	4	4	3	X			X			
4	Orden de T.	1939	Jaime Vallejo	996805898	X	X																				
5	Orden de T.	1921	Lucía Oña	995885750	X		X	X		X			4	4	5	5	5	4	1	1	1	4		X		X
6	Orden de T.	1906	Juan Carlos Castillo	987514425	X		X					X				3	2	1	1	2	X		X			
7	Orden de T.	1898	Oscar Serrano	2246107	X		X		X							5	3	3	4	4	X			X		
8	Orden de T.	1897	María Macas	997497996	X		X	X								5	3	4	4	4	X			X		
9	Orden de T.	1896	Salome Pachito	993352666	X		X	X		X			4	4	5	4	4	5	5	3	4	4		X	X	
10	Orden de T.	1893	Alex Villacis	2677533	X		X		X							4	2	2	3	3	X	X				
11	Orden de T.	1892	Daniel Tocayo	2658793	X		X		X							4	3	5	4	4	X			X		
12	Orden de T.	1891	Claudio Lapo	990275117	X		X		X							5	2	5	4	2	X	X				
13	Orden de T.	1890	Dayana Galarraga	984631422	X		X		X							4	2	3	3	3	X				X	
14	Orden de T.	1889	Mónica Casares	2675396	X		X		X							3	1	4	3	3	X			X		
15	Orden de T.	1888	Edgar Sisa	3040375	X	X																				
16	Orden de T.	1884	Andrea Jiménez	984831088	X		X		X							3	1	4	3	3	X			X		
17	Orden de T.	1879	José Luis Mendoza	982451959	X		X	X								5	4	5	4	4	X				X	

18	Orden de T.	1868	José Mayanquer	998873084	X		X		X							4	3	4	3	4		X	X	
19	Orden de T.	1866	André Loachamin	987170083	X	X	X		X		4	4	4	3	5	4	2	4	4	4		X		X
20	Orden de T.	1863	William Lara	980181560	X	X	X	X			4	3	4	4	4	5	3	4	3	4		X	X	
21	Orden de T.	1761	Alfonso Vargas	2566624	X		X		X							3	3	4	3	3		X		X
22	Orden de T.	1760	Renata Motoche	2406009	X		X		X							5	1	4	4	4		X		X
23	Orden de T.	1758	Mayra IpiALES	3018103	X		X	X								4	3	5	4	4		X		X
24	Orden de T.	1756	Zoila Arévalo	2910894	X	X																		
25	Orden de T.	1752	Washington Shuguli	987068067	X		X		X							3	1	4	3	2		X		X
26	Orden de T.	1751	Mirian Vargas	999200611	X		X		X							3	3	1	1	3	X		X	
27	Orden de T.	1548	Jorge Estrella	244789	X		X	X								5	2	2	4	4		X		X
28	Orden de T.	1545	Juan Chiluisa	3026094	X		X		X							5	3	4	3	3		X		X
29	Orden de T.	1544	Fernanda Velasco	983455810	X	X	X	X			4	4	3	3	4	5	5	2	2	4		X	X	
30	Orden de T.	1540	Joselyn Alquilar	983795172	X		X	X								4	3	4	3	3		X		X
31	Orden de T.	1638	Edison Valencia	987319109	X		X	X								4	3	5	3	4		X		X
32	Orden de T.	1535	Byron Cueva	998974860	X		X	X								5	3	4	4	3		X		X
33	Orden de T.	1636	Verónica Toro1	999801256	X		X		X							4	1	3	3	4		X	X	
34	Orden de T.	1635	William Piedra	998529495	X	X	X		X		3	4	4	4	4	3	2	5	3	3		X		X
35	Orden de T.	1634	Jonathan Flores	2354614	X	X																		
36	Orden de T.	1632	Andrés Heredia	983407585	X	X																		
37	Orden de T.	1631	Diego Romero	999256308	X		X		X							3	3	4	3	3		X		X
38	Orden de T.	1630	Dolores Villamarin	981546669	X	X	X	X			4	4	5	4	5	5	4	5	4	4		X	X	
39	Orden de T.	1629	Daniel Yánez	998447172	X		X			X						3	1	1	1	1		X	X	
40	Orden de T.	1628	Nelly Navas	2458544	X		X	X								4	4	5	4	4	X		X	
41	Orden de T.	1627	Vinicio Gonzáles	999003893	X		X		X							4	2	4	2	2		X		X
42	Orden de T.	1626	Patricio Rosero	987296996	X		X	X								5	3	4	4	4		X	X	
43	Orden de T.	1625	Pablo Socasi	984585757	X	X	X	X			4	4	3	3	4	3	3	4	3	4		X		X
44	Orden de T.	1623	Dr. Freddy Cordoso	999945455	X		X		X							4	2	4	3	3		X	X	
45	Orden de T.	1622	Bernardo Miranda	997046029	X		X		X							3	1	5	3	3		X		X
46	Orden de T.	1621	Mónica Sotalin	2431390	X		X		X							3	1	1	1	3		X		X

47	Orden de T.	1620	Luis Oña	983138890	X	X	X		X					3	4	3	3	4	3	3	4	3	3		X	X				
48	Orden de T.	1618	Adriana Moscoso	995655954	X		X		X											3	3	4	3	4		X			X	
49	Orden de T.	1616	Chistian Carvajal	2811860	X	X																								
50	Orden de T.	1615	Victor Santos	921563920	X		X		X											4	2	5	4	4		X			X	
51	Orden de T.	1200	María Eugenia Chiriboga	3110909	X		X		X											3	3	4	4	3		X			X	
52	Orden de T.	1399	Cristian Tipán	2618787	X	X																								
53	Orden de T.	1398	Julia Zambonino	3132211	X		X			X										3	3	1	1	1	X				X	
54	Orden de T.	1396	Patricia Solís	998232282	X		X		X											5	2	2	4	4		X			X	
55	Orden de T.	1395	Abdón Celorio	997101363	X		X		X											4	3	4	3	3		X	X			
56	Orden de T.	1394	Jaime Ruiz	980292456	X		X		X											4	4	2	4	4		X			X	
57	Orden de T.	1393	Mayra Valverde	993219164	X	X	X	X							4	4	3	3	4	4	3	4	3	3		X			X	
58	Orden de T.	1392	Ángel Alvarado	987350510	X		X			X										4	1	4	4	3		X	X			
59	Orden de T.	1391	Karina Macías	2913070	X		X			X										3	2	5	3	3		X	X			
60	Orden de T.	1390	Héctor López	2655667	X		X		X											4	2	5	4	4		X			X	
61	Orden de T.	1389	Hugo Javier Salazar	2954631	X		X			X										4	1	4	4	4		X			X	
62	Orden de T.	1378	Geovanny García	984045027	X	X	X		X						4	4	5	4	5	5	3	4	4	4		X	X			
63	Orden de T.	1377	Javier Madrid	999586832	X		X		X											4	2	5	4	4		X	X			
64	Orden de T.	1373	Isabel Silva	991995402	X	X	X			X					4	3	3	3	4	4	3	4	3	4		X			X	
65	Orden de T.	1270	Steven Cañizares	2686778	X		X		X											5	2	4	4	4		X			X	
66	Orden de T.	1767	Orlando Bedón	987165406	X	X																								
67	Orden de T.	1764	Henry Canchig	984049889	X		X			X											3	2	4	3	3		X			X
68	Orden de T.	1221	Sandra Vascones	2652464	X		X			X											3	1	1	1	1		X			X
69	Factura	1455	Pablo Sánchez	2266281	X	X	X		X						4	3	4	4	4	4	2	3	4	4		X	X			
70	Factura	1449	Almeida Nuriz	983517137	X	X	X		X						4	3	5	4	5	4	3	4	4	3		X	X			
71	Factura	1502	Stalin Ríos	987672246	X	X			X						5	4	5	3	5							X			X	
72	Factura	1585	Andrés Pinto	2891274	X	X																								
73	Factura	1564	Comercial Rochester	2443706	X	X																								
74	Factura	1635	Edgar Siza	3040375	X		X			X											4	4	4	3	4		X	X		
75	Factura	1563	Torrealba Daniel	980537668	X		X		X												3	3	5	3	3		X	X		

76	Factura	1589	José Jaramillo	3343056	X	X	X		X			3	4	3	4	4	4	3	5	4	3		X		X	
77	Factura	1547	Alfredo Caguana	2632980	X		X				X						3	1	2	2	2		X		X	
78	Factura	1671	Reinaldo Rosillo	2444728	X	X			X			3	3	4	3	4							X	X		
79	Factura	1844	Vallejo Héctor	998046218	X	X			X			3	2	3	4	4							X			X
80	Factura	1442	Pamela Albuja	992545801	X	X			X			4	3	3	4	4							X			X
81	Factura	1570	Valverde Juan Pablo	987005384	X	X	X					5	3	5	3	5							X			X
82	Factura	1566	Gerber Yépez	2950141		X																				
83	Factura	1535	Isabel Alemán	984585187	X	X			X			3	4	3	4	3							X			X
84	Factura	1617	Carlos Quisnancela	984630631	X	X			X			3	3	2	4	4							X		X	
85	Factura	2616	Hilda Rojas	2344113		X																				
86	Factura	2603	Jaime Flores	2692009	X	X			X			3	3	4	3	4							X			X
87	Factura	2446	William Moreno	999041555		X																				
88	Factura	2520	Adolfo Ponce	988531407	X	X			X			4	4	4	3	4							X		X	
89	Factura	2602	Andrés Tamayo	2477265	X	X	X	X				4	3	4	4	3	5	2	4	4	4		X	X		
90	Factura	2538	Arturo Rosero	3200493		X																				
91	Factura	2537	Tania Castro	2665136	X	X			X			3	3	4	3	4							X			X
92	Factura	2599	Mónica Jácome	999213511	X	X			X			4	3	4	4	4							X		X	
93	Factura	2595	Altamirano Jorge	2981777		X																				
94	Factura	2597	Elva Granja	2447049		X																				
95	Factura	2583	Marcelo Burbano	987031686	X		X			X							4	2	4	2	2		X			X
96	Factura	2582	Escudero Javier	987368015	X	X			X			2	3	4	4	4							X			X
97	Factura	2581	Rodríguez Joaquín	6036364	X	X			X			4	4	2	5	4							X		X	
98	Factura	2580	Valdivieso Jorge	992514609	X	X	X	X				3	4	4	4	4	4	3	3	3	3		X			X
99	Factura	2536	Bryan Ulloa	987909553	X	X			X			4	4	4	3	4							X			X
100	Factura	2532	Freddy Aguirre	2606757	X	X			X			5	3	2	5	5							X			X
101	Factura	2531	Angélica Santamaría	2962600	X	X			X			4	3	4	3	3							X			X
102	Factura	2530	Luis Quispe	2672710		X																				
103	Factura	2534	Michel Larrondo	3060157	X	X			X			4	3	3	3	4							X			X
104	Factura	2529	Guido Ortiz	2651447	X	X			X			3	4	3	4	4							X			X





### 3.3.1.4.2 Cuantificación de Resultados

**Tabla No. 10 Cuantificación Resultados de Encuestas**






Pregunta		Respuesta		Total	Valor en %
#		Letra			
1	Ha utilizado los servicios de la empresa MOBILE Services.	A	Si	90	81,82%
		B	No	20	18,18%
2	Qué servicio obtuvo de la empresa.	A	Servicio Comercial (Productos)	39	36,79%
		B	Servicio Técnico	67	63,21%
3	Cuál es su grado de satisfacción con el Producto/Servicio que obtuvo de la empresa.	A	Excelente	9	10,00%
		B	Muy Bueno	32	35,56%
		C	Bueno	39	43,33%
		D	Regular	7	7,78%
		E	Malo	3	3,33%
4			Total	5	100,00%
4,1	Califique del 1 al 5 los aspectos generales de la empresa tomando en cuenta que el número 5 equivale a excelente y el 1 equivale malo.	A	Tiempo de espera al ser atendido	3,6923	73,85%
Área Comercial		B	Infraestructura	3,5128	70,26%
		C	Variedad de Productos	3,7179	74,36%
		D	Precio	3,5385	73,33%
		E	Asesoramiento del manejo del producto	4,1538	83,08%
		4,2	A	Diagnóstico previo antes de la reparación	3,9412
Área Servicio Técnico		B	Comunicación del proceso de reparación del equipo	2,4706	49,41%
		C	Satisfacción en la entrega del equipo	3,6912	72,94%
		D	Precio	3,1618	63,24%
		E	Tiempo de espera en la entrega del equipo	3,3088	66,18%
5	Se ha aplicado un servicio de Posventa.	A	Si	4	4,44%
		B	No	86	95,56%
6	Escogiendo solo	A	Área Comercial (Ventas)	13	14,44%

una opción en qué aspecto cree usted debe mejorar la empresa.	B	Servicio Técnico	22	24,44%
	C	Comunicación	47	52,22%
	D	Atención al Cliente	8	8,89%

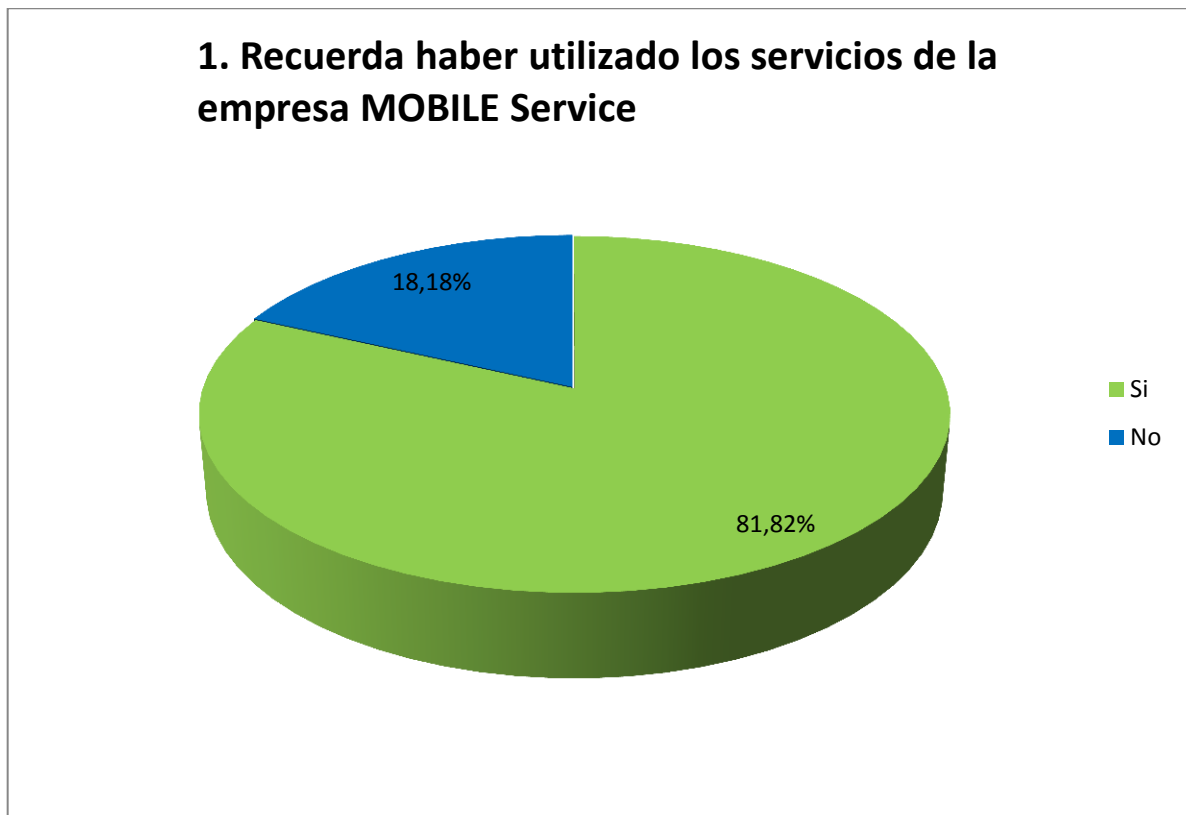
Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: Encuestas

### 3.3.1.5 Análisis de los Resultados

Para facilitar el análisis de los pasteles, se utiliza una serie de colores que permite identificar:

-  Color Verde: representa un estado completamente positivo, donde no ha necesidad de una intervención.
-  Color Azul: representa un estado positivo, siendo considerado como muy bueno pero sigue teniendo pocas deficiencia que se pueden corregir
-  Color Amarillo: Representa un estado intermedio, sin embargo su posición no es satisfactoria, ya que la empresa se encuentra en un medio de alta competencia.
-  Color Vino: Representa un estado negativo, en donde se requiere una oportuna intervención, para poder ser corregido.
-  Color Rojo: Representa un estado crítico, siendo sumamente negativo para la empresa.

**Gráfico No. 16 Resultados encuesta pregunta 1**



Elaborado por Alexander Corella

Esta pregunta permite identificar si la imagen, o nombre de la empresa ha impactado en la mente del cliente, permitiéndole reconocerla.

Los datos reflejados en la tabla facilitan identificar que hay un gran porcentaje de consumidores que recuerdan haber utilizado los servicios de la empresa pero no su nombre, debiéndose tomar en cuenta dos detalles muy importantes, en el momento de realizar esta pregunta.

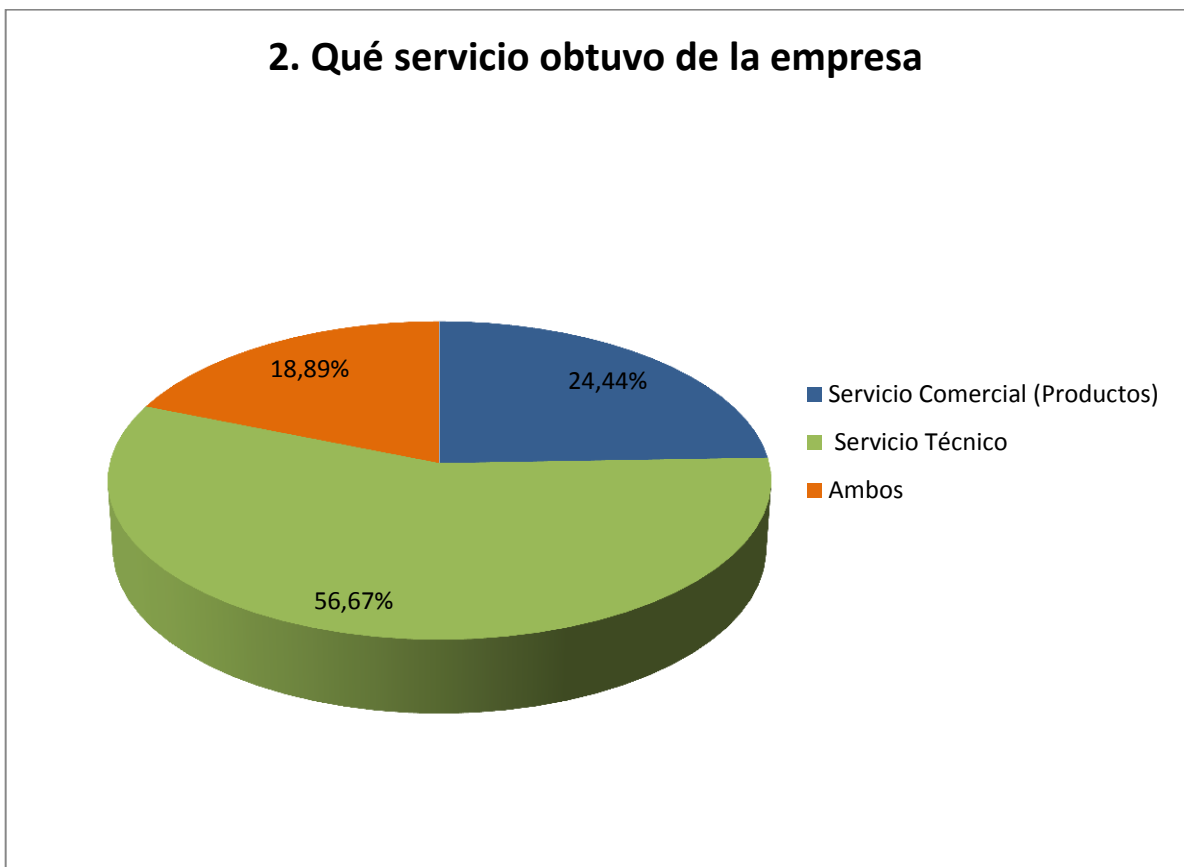
- Se tuvo que escoger solo consumidores que hayan usado los servicios de la empresa desde marzo 2012, hasta octubre del mismo año por lo que, cuando se

comenzó el estudio cerca del 85% de las personas encuestadas no recordaban a la empresa asumiendo de que no tuvo mayor efecto en ellos.

- Se tuvo en cuenta que con solo con nombrar la empresa, la mayoría de los consumidores no tenían la noción de quién se trataba y peor haber obtenido sus servicios, es así que en el “Saludo Inicial” se da un breve detalle, del servicio/producto que obtuvo para que el cliente recuerde la actividad comercial de la empresa.

Como se demuestra en la tabla, pese a los dos puntos detallados, existió un porcentaje que definitivamente no recuerda haber obtenido los servicios de la empresa.

**Gráfico No. 17 Resultados encuesta pregunta 2**



Elaborado por Alexander Corella

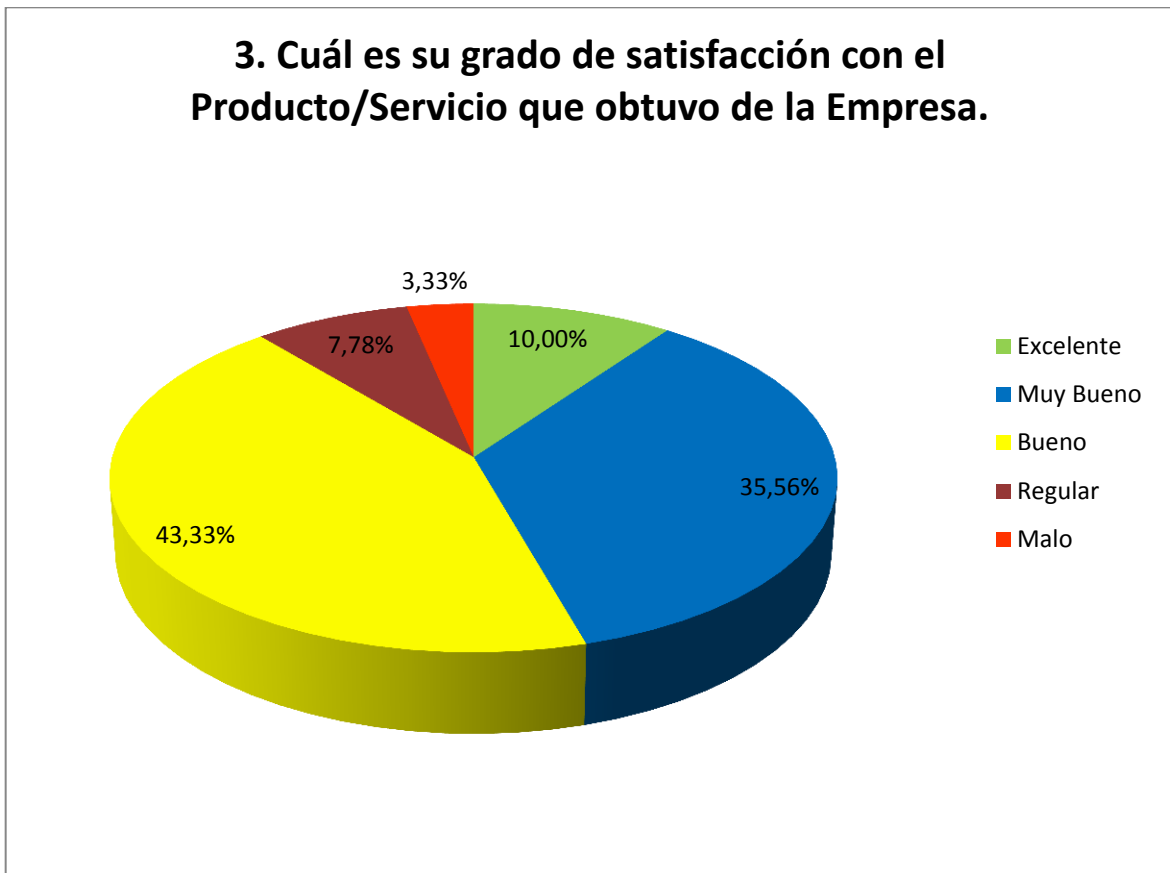
La segunda pregunta permite conocer el servicio que obtuvo el cliente, de esta manera ayuda a personalizar más la encuesta, para definir el estudio en las dos áreas principales de la empresa como es el Servicio Técnico y el Servicio Comercial.

Al comenzar con el estudio, esta pregunta podía haberse omitido, ya que mediante las “Ordenes de Trabajo” y “Facturas” de la empresa, la información se la disponía anteriormente, pero al realizar las encuestas se pudo notar que un porcentaje de los clientes habían obtenido los dos servicios, ya sea el mismo día o un día cercano a este.

De esta pregunta se obtiene dos detalles.

- Se pudo obtener mayor número de datos de las personas que obtuvieron los dos servicios.
- Que un 18.89% de las personas encuestadas se obtuvo un retorno de compra por parte de la empresa, o a su vez existió gestión de la empresa al enganchar más de los servicios/productos que el cliente solicitaba.

**Gráfico No. 18 Resultados encuesta pregunta 3**



Elaborado por Alexander Corella

Pregunta realizada para conocer el rendimiento general de la empresa.

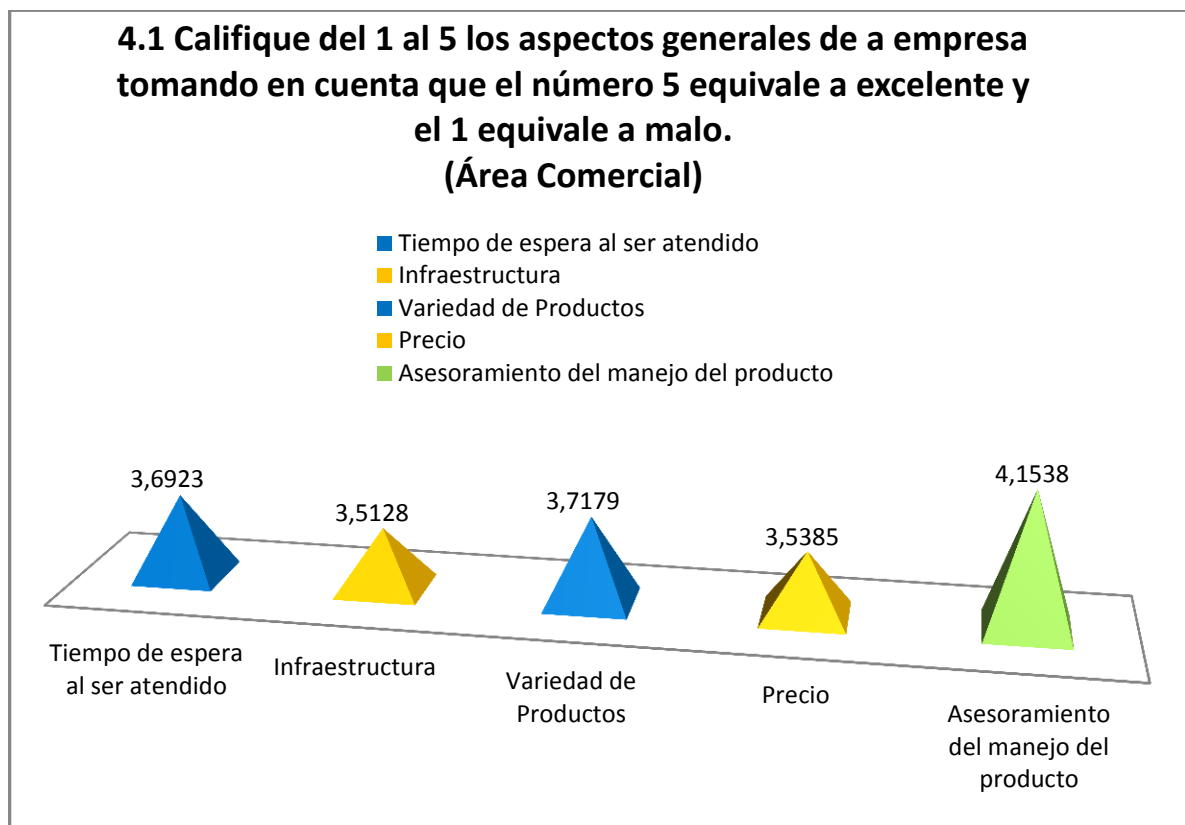
Se puede identificar que la empresa tiene un buen rendimiento, considerando que el 10% lo evalúan como excelente y el 35.36% como muy bueno, consumidores que se han sentido muy complacidos con el trabajo en general que la empresa les ha ofrecido sumando un 45.36% de clientes satisfechos.

El porcentaje mayoritario fue en la categoría “Bueno”, con un 43.33%, donde se demuestra que la empresa no causó mayor impacto en sus consumidores, no pudiendo destacarse de su competencia, pero aun así, no es un resultado negativo pero tampoco positivo, porque

uno de los fines de la empresa MOBILE Services, es buscar cada vez más la continuidad de sus clientes.

Con un 11.11% de clientes insatisfechos, la empresa se puede decir que maneja un plano general bueno hacia sus consumidores, pero para los objetivos que la compañía desea se debe reducir su margen de clientes insatisfechos, porque según Stephen J. profesor de Marketing de Wharton-Pennsylvania en su artículo “Cuidado con los clientes insatisfechos, hablan demasiado” (2006) dice: “De modo general, cuando 100 personas pasan por una experiencia desagradable, en el comercio en cuestión puede perder de 32 a 36 de posibles clientes, de acuerdo con el estudio realizado en la Universidad de Wharton”.

**Gráfico No. 19 Resultados encuesta pregunta 4.1**



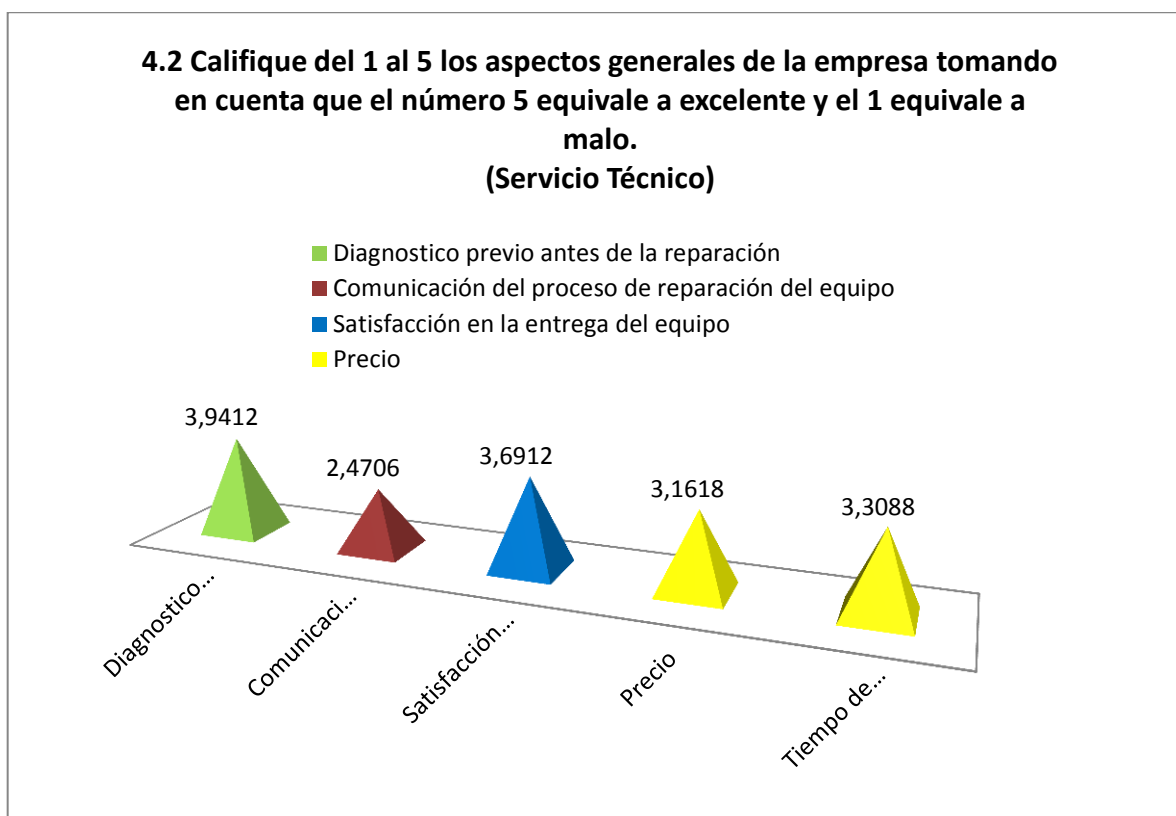
Elaborado por Alexander Corella



Esta pregunta se enfoca en el Área Comercial, donde se define 5 variables de los aspectos de la empresa, con el fin de conocer sus fortalezas y debilidades que tenga la empresa frente al mercado.

En el Área Comercial la empresa tiene un resultado favorable ya que las únicas variables que denotan un poco de debilidad es en la infraestructura y el precio, variables que para una compañía en pleno crecimiento su infraestructura todavía no causa un mayor impacto en el consumidor, en cuanto al precio, la perspectiva de las personas está en un promedio entre bueno a muy bueno.

**Gráfico No. 20 Resultados encuesta pregunta 4.2**



Elaborado por Alexander Corella

Esta pregunta se enfoca en el Área del Servicio Técnico, donde se define 5 variables de los aspectos de la empresa, con el fin de conocer sus fortalezas y debilidades que tenga la empresa frente al mercado.

Se puede identificar como punto favorable de este proceso, el diagnóstico previo antes de la reparación tiene un buen margen positivo, el asesoramiento que la empresa brinda a sus usuarios ha sido captado por sus consumidores permitiendo encontrar una característica importante de la empresa.

La debilidad en esta área es claramente la comunicación del proceso de reparación del equipo, al realizar el estudio se notó como la falta de comunicación provoca una negatividad de los usuarios con la empresa.

**Gráfico No. 21 Resultados encuesta pregunta 5**

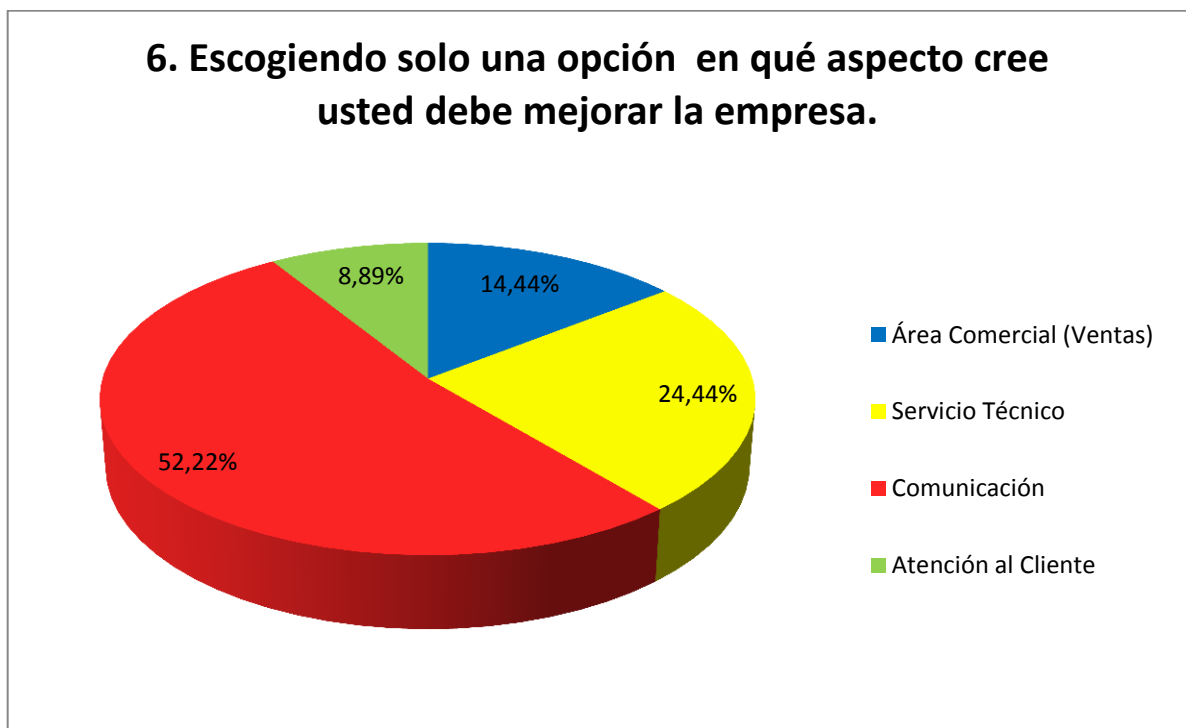


Elaborado por Alexander Corella

Pregunta enfocada para conocer las acciones que la empresa está realizando actualmente para poder fidelizar a sus clientes, mediante el proceso de posventa.

El resultado de la empresa no es nada favorable, teniendo una 96% de clientes que no se le ha aplicado ningún servicio de posventa, es decir que un gran número de consumidores la empresa no les ha tenido continuidad, convirtiéndolos de posibles clientes frecuentes o habituales a simples clientes ocasionales.

**Gráfico No. 22 Resultados encuesta pregunta 6**



Elaborado por Alexander Corella

Esta pregunta es realizada con el fin de identificar de un plano general en que aspecto está fallando más la empresa, para poder priorizar esta debilidad y corregirla

Los resultados son muy claros demostrando, que en la comunicación existe un gran índice de insatisfacción por parte de los consumidores.

### 3.3.2 Estudio Interno

La técnica a utilizar para el estudio interno de las fortalezas y debilidades de la empresa, es la “Entrevista”, la cual se aplicará a los colaboradores de la organización ubicados de la siguiente forma:

**Tabla No. 11 Estructura operativa interna de la empresa MOBILE Services**

<b>GARGO</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	<b>UNIDAD</b>
Vendedor/a	3	Área Comercial
Técnico	1	Área Servicio Técnico
Presidenta	1	Área Gerencial
Gerente General	1	Área Gerencial
<b>TOTAL: 6</b>		

Elaborado por: Alexander Corella Romero

Para el estudio se aplicará dos tipos de entrevista: la primera se enfoca en los siguientes cargos: Vendedor/a, Técnico, ya que son personas que están constantemente conectados con el cliente y conocen de una manera imparcial las debilidades y fortalezas de la empresa; la segunda entrevista está dirigida a los cargos al Gerente General y a la Presidenta, con el fin de conocer la Gestión Gerencial que se aplica en la empresa.

El contenido de las entrevistas está enfocado en seis aspectos.

- Gestión Empresarial
- Gestión Técnica
- Gestión Financiera
- Gestión de Ventas
- Gestión de Marketing
- Gestión Legal

### 3.3.2.1 Formatos de Entrevista

#### 3.3.2.1.1 Para cargos de Vendedor, Técnico.

**Nombre:**.....

**Cargo:**.....

**Función Principal:**.....

#### 1. Gestión Administrativa:

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja conoce usted los organigramas

estructural, y funcional?

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que le ofrece la empresa?

¿Qué beneficios le ofrece la empresa aparte de los que dictamina la ley?

¿En el ámbito netamente administrativo qué podría cambiar la empresa para mejorar su rendimiento?

## **2. Gestión Técnica:**

¿Cree usted que las condiciones físicas que le ofrece la empresa son óptimas para el desenvolvimiento de sus actividades?

## **3. Gestión Venta:**

¿Considera usted que los precios que maneja la empresa están acordes con el mercado?

¿Qué herramientas le proporciona la empresa para poder mejorar su productividad en las ventas?

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene usted de los productos que se le ofrece al cliente?

¿Qué técnicas de ventas le ha brindado la empresa a usted para desarrollar su conocimiento como vendedor?

¿Según su criterio en cuanto a mercadería, la empresa maneja variedad de productos

frente a la competencia?

¿Cuál es su estrategia personal, para hacer un proceso de venta?

#### **4. Gestión de Marketing.**

¿Qué estrategias de Marketing ha realizado la empresa que usted conozca?

¿Con qué criterios de Marketing exhiben sus productos, para logra una mayor captación del cliente?

¿Manejan promociones y descuentos eventuales?

#### **5. Gestión Legal**

¿Su patrono cumple con los deberes respectivos a la afiliación del Seguro Social?

¿El local comercial en el que usted labora actualmente, cuenta con los requerimientos básicos de funcionamientos que exige el Municipio Metropolitano de la ciudad de Quito?

Elaborado por: Alexander Corella

### **3.3.2.1.2 Para los cargos de Asesora y Gerente General.**

**Nombre:**.....

**Cargo:**.....

**Función Principal:**.....

### **1. Gestión Administrativa**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja está representado en los organigramas estructural y funcional?

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

### **2. Gestión Financiera**

¿Cómo proyecta sus inversiones futuras?

¿Maneja un Estado de Pérdidas y Ganancias?

¿Con qué criterio maneja su nivel de endeudamiento para no afectar con el funcionamiento de la empresa?

### **3. Gestión Técnica**

¿Considera que la tecnología que mantienen sus establecimientos va acorde con la funcionalidad de la empresa?

¿Cree usted que el ambiente físico de sus dos locales es óptimo para la funcionalidad de su equipo de trabajo?

### **4. Gestión de Venta**

¿Qué técnicas de ventas brinda usted a sus vendedores para aumentar sus niveles de conocimiento?

¿Cuál es el procedimiento para capacitar a sus empleados, referente al producto y servicio que ofrece la empresa?



¿Qué estrategia utiliza para poder incentivar el crecimiento en las ventas?

### **5. Gestión de Marketing**

¿Qué estrategias de marketing aplica usted en su empresa?

### **6. Gestión legal**

¿Cuál es la estructura legal de la Empresa?

¿Cumple con los requisitos que impone el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito?

¿Sus colaboradores están afiliados al Seguro Social?

Elaborado por: Alexander Corella

### **3.3.2.2 Procedimiento de la Entrevista**

#### **3.3.2.2.1 Para los cargos de vendedor y técnico**

**Nombre:** Ángel Cajamarca

**Cargo:** Departamento Técnico y Ventas

**Función Principal:** Reparación Técnica y Vendedor

## **1. Gestión Administrativa:**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja conoce usted los organigramas estructural, y funcional?

En lo que respecta a organigramas la empresa no los tiene representados en documento, solo se lo ha manejado de manera verbal.

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

Un manual escrito no existe dentro de la empresa, sus funciones han sido asignadas de forma verbal.

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

Los procesos de capacitación no son permanentemente, se los puede considerar más como una instrucción.

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

Se lo quiere definir mediante porcentajes entre un 80% como positiva y un 20% defectuosa, provocado sobre todo por falta de comunicación

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que le ofrece la empresa?

Se consta con un buen ambiente, ya que el gerente es comprensivo, en cuanto a permiso, alimentación, y la interacción con los compañeros de trabajo es buena.

¿Qué beneficios le ofrece la empresa aparte de los que dictamina la ley?

Uno de los beneficios que recalco es que la empresa es comprensible, en cuanto a dar la facilidad para que sus colaboradores puedan seguir con sus estudios universitarios, y adaptarse con los horarios que se solicite, siempre y cuando exista una comunicación con anterioridad.

¿En el ámbito netamente administrativo qué podría cambiar la empresa para mejorar su

rendimiento?

Que exista una mejor comunicación dentro de la empresa

## **2. Gestión Técnica:**

¿Cree usted que las condiciones físicas que le ofrece la empresa son óptimas para el desenvolvimiento de sus actividades?

Se tiene todas las facilidades y herramientas para poder desenvolverse laboralmente.

## **3. Gestión Venta:**

¿Considera usted que los precios que maneja la empresa están acordes con el mercado?

Considero que la empresa en cuanto a precio maneja un buen nivel competitivo, en la ciudad de Quito.

¿Qué herramientas le proporciona la empresa para poder mejorar su productividad en las ventas?

Una herramienta principal es la motivación y se consta con una buena variedad de productos.

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene usted de los productos que se le ofrece al cliente?

En la trayectoria que eh tenido con la empresa, considero que manejo entre un 95% de conocimiento del producto que se ofrece.

¿Qué técnicas de ventas le ha brindado la empresa a usted para desarrollar su conocimiento como vendedor?

Poder tener la confianza de desenvolverse solos en este medio, mediante una motivación

constante.

¿Según su criterio en cuanto a mercadería, la empresa maneja variedad de productos frente a la competencia?

Si la verdad es que en cuestiones de productos se maneja una exclusividad, que nos distinga de la competencia.

¿Cuál es su estrategia personal, para hacer un proceso de venta?

Tener un buen carisma, dar la información al cliente sobre el producto que va adquirir, conocer realmente cual es su necesidad.

#### **4. Gestión de Marketing.**

¿Qué estrategias de Marketing ha realizado la empresa que usted conozca?

Si la empresa ha realizado bastante en cuanto a gestión de Marketing, considerando que ya podemos destacarnos en este medio.

¿Con qué criterios de Marketing exhiben sus productos, para logra una mayor captación del cliente?

Intentar siempre ser llamativos, no tener demasiado producto exhibido, que provoque que el cliente se confunda, estar siempre actualizado con la tendencia y eso exhibir en perchas.

#### **5. Gestión Legal**

¿Su patrono cumple con los deberes respectivos a la afiliación del Seguro Social?

Si cumple.

¿El local comercial en el que usted labora actualmente, cuenta con los requerimientos

básicos de funcionamientos que exige el Municipio Metropolitano de la ciudad de Quito?

Si cuenta, con todos los requerimientos.

Elaborado por: Alexander Corella

**Nombre:** Stalin Villota

**Cargo:** Área de Ventas

**Función Principal:** Vendedor

**1. Gestión Administrativa:**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja conoce usted los organigramas estructural, y funcional?

La verdad desconozco la estructura que la empresa maneja, pero considero que si existe un orden jerárquico.

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

Desconozco si maneja un manual de funciones.

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

Por el momento no he recibido ningún curso de capacitación pero sé que la empresa tiene como proyecto futuro, capacitar mejor a su personal.

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

Es ambiente muy amigable donde existe un diálogo directo con el Gerente.

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que le ofrece la empresa?

Muy satisfactorio, considero que se consta un ambiente familiar entre colaboradores.

¿Qué beneficios le ofrece la empresa aparte de los que dictamina la ley?

Nos brinda descuentos, permisos.

¿En el ámbito netamente administrativo qué podría cambiar la empresa para mejorar su rendimiento?

Un mayor control con el manejo de sus productos, tener una mayor comunicación en el sistema operativo de la empresa.

## **2. Gestión Técnica:**

¿Cree usted que las condiciones físicas que le ofrece la empresa son óptimas para el desenvolvimiento de sus actividades?

Si se consta con el ambiente necesario adecuado para realizar nuestro trabajo.

## **3. Gestión Venta:**

¿Considera usted que los precios que maneja la empresa están acordes con el mercado?

Los precios que en lo personal me he puesto a analizar, si estamos con un buen nivel, considero que son más accesible que en otros lugares.

¿Qué herramientas le proporciona la empresa para poder mejorar su productividad en las ventas?

Constamos con uniformes que nos permite transmitir una buena presencia frente a nuestros clientes, tenemos un margen en cuanto al precio del producto que nos permite ofrecer pequeños descuentos para poder concretar la venta.

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene usted de los productos que se le ofrece al

cliente?

Con respecto a accesorios y equipos electrónicos conozco entre un 90% y en la parte del servicio técnico un 50% aproximadamente.

¿Qué técnicas de ventas le ha brindado la empresa a usted para desarrollar su conocimiento como vendedor?

La manera de cómo atender al cliente, en algunos casos llegar a ser amigo del cliente, provocando distinguirnos con ellos.

¿Según su criterio en cuanto a mercadería, la empresa maneja variedad de productos frente a la competencia?

Se tiene una buena variedad de productos.

¿Cuál es su estrategia personal, para hacer un proceso de venta?

Primero ser siempre amigable con el cliente, ser cordial, que aunque no demuestre mucho interés en el producto, se puede siempre asesorar, y aumentar su interés.

#### **4. Gestión de Marketing.**

¿Qué estrategias de Marketing ha realizado la empresa que usted conozca?

No he visto mucho que la empresa haya manejado marketing pero, conozco que personas se acercaron al nuestra sucursal, mediante una publicidad en una revista de Pacificar.

¿Con qué criterios de Marketing exhiben sus productos, para logra una mayor captación del cliente?

En las vitrinas siempre se refleja lo que es más llamativo para el usuario, y los productos en perchas deben siempre ser los que sean más solicitados.

¿Manejan promociones y descuentos eventuales?

Se manejan constantemente promociones de productos seleccionados.

## **5. Gestión Legal**

¿Su patrono cumple con los deberes respectivos a la afiliación del Seguro Social?

Si.

¿El local comercial en el que usted labora actualmente, cuenta con los requerimientos básicos de funcionamientos que exige el Municipio Metropolitano de la ciudad de Quito?

Si dispone de todos ellos.

Elaborado por: Alexander Corella

**Nombre:** Andrés Benavides

**Cargo:** Auxiliar, Técnico, Vendedor

**Función Principal:** Ventas

## **4 Gestión Administrativa:**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja conoce usted los organigramas estructural, y funcional?

Si existen sus organigramas estructurales

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

Si maneja un manual de funciones, consta con las actividades que uno realiza desde la



parte gerencial hasta la parte de ventas.

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

Si maneja procesos de capacitación, lo que es parte de Marketing y Servicio Técnico.

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

Es una relación muy buena existe un ambiente muy tranquilo, y los tratos son de una buena manera.

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que le ofrece la empresa?

El ambiente laboral es muy tranquilo, bueno, uno se siente contento, y de esta manera se puede transmitir al cliente un ambiente positivo.

¿Qué beneficios le ofrece la empresa aparte de los que dictamina la ley?

Bonos por venta, responsabilidad y estímulos por niveles de ventas.

¿En el ámbito netamente administrativo qué podría cambiar la empresa para mejorar su rendimiento?

Tener una mejor organización administrativa para poder brindar un mejor servicio al cliente.

## **5 Gestión Técnica:**

¿Cree usted que las condiciones físicas que le ofrece la empresa son óptimas para el desenvolvimiento de sus actividades?

Si, definitivamente las condiciones son favorables.

## **6 Gestión Venta:**

¿Considera usted que los precios que maneja la empresa están acordes con el mercado?

Están muy acordes eh inclusive son un poco más económicos, para poder sobresalir de la competencia.

¿Qué herramientas le proporciona la empresa para poder mejorar su productividad en las ventas?

La tranquilidad, la estabilidad y la capacitación.

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene usted de los productos que se le ofrece al cliente?

Un 90% de conocimiento.

¿Qué técnicas de ventas le ha brindado la empresa a usted para desarrollar su conocimiento como vendedor?

La principal técnica es el buen trato al cliente, y también el buen manejo de precios.

¿Según su criterio en cuanto a mercadería, la empresa maneja variedad de productos frente a la competencia?

Si se tiene una gran variedad de productos que no permite obtener un buen margen de clientes.

¿Cuál es su estrategia personal, para hacer un proceso de venta?

Mi estrategia personal es hacer el primer contacto con el cliente con una sonrisa, brindar una buena confianza con un trato más amistoso, preguntar sus necesidades, tratar de satisfacer sus requerimientos, manteniendo siempre un ambiente positivo hacia cliente.

## **7 Gestión de Marketing**

¿Qué estrategias de Marketing ha realizado la empresa que usted conozca?

Manejar un buen nivel el cuanto a precio y financiamiento, ofrece garantía de todos los

productos que vende, tener en stock una buena variedad de marcas.

¿Con qué criterios de Marketing exhiben sus productos, para logra una mayor captación del cliente?

Tratar de mantener la mayor cantidad de accesorios, en donde los productos estén exhibidos de tal manera que este a la mano del cliente, explotar la capacidad física que tenemos en nuestro establecimiento.

¿Manejan promociones y descuentos eventuales?

Si se maneja, cada mes tratamos de ofrecer promoción y descuentos diferentes.

## **8 Gestión Legal**

¿Su patrono cumple con los deberes respectivos a la afiliación del Seguro Social?

Si todo está en regla, nos indica a través de documentos nuestras aportaciones.

¿El local comercial en el que usted labora actualmente, cuenta con los requerimientos básicos de funcionamientos que exige el Municipio Metropolitano de la ciudad de Quito?

Si, se maneja todos los requerimientos, se cuento con señaléticas, extintores, detectores de humo.

### **3.3.2.2.2 Para los cargos de Presidente y Gerente**

**Nombre:** Gladys Melo

**Cargo:** Presidenta

**Función Principal:** Control de Ventas, Recursos Humanos

**1. Gestión Administrativa**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja está representado en los organigramas estructural y funcional?

La empresa no mantiene un orden jerárquico, manejamos un sistema poli funcional con todos los colaboradores que tiene la empresa.

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

El manual de funciones aún no está creado por escrito, pero de manera verbal siempre se instruye al personal sobre sus actividades que deben ejercer.

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

No se ha contratado externamente un servicio de capacitación, pero tenemos como proyecto ofrecer este servicio a nuestros colaboradores.

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

Siempre se ha mantenido una buena interacción con el gerente, ya que él siempre está pendiente de su grupo de trabajo.

**2. Gestión Financiera**

La gestión Financiera es una actividad netamente del gerente.

**3. Gestión Técnica**

¿Considera que la tecnología que mantienen sus establecimientos va acorde con la funcionalidad de la empresa?

El medio en el que trabajamos va siempre acorde con la tecnología, es así que siempre

vamos acorde con la tendencia del mercado.

¿Cree usted que el ambiente físico de sus dos locales es óptimo para la funcionalidad de su equipo de trabajo?

Si es óptimo, pero el objetivo es seguir creciendo y ofrecer un mejor ambiente físico a nuestros colaboradores.

#### **4. Gestión de Venta**

¿Qué técnicas de ventas brinda usted a sus vendedores para aumentar sus niveles de conocimiento?

Se les motiva a que se auto-capaciten, ya que por medio del internet pueden estar siempre renovando sus conocimientos de los nuevos productos que salgan a la venta, se les facilita las páginas en donde pueden encontrar la información de los productos que se ofrecen a nuestros clientes.

¿Cuál es el procedimiento para capacitar a sus empleados, referente al producto y servicio que ofrece la empresa?

Por medio del Internet, y tenemos un buen grupo de trabajo todos se ayudan cuando existe una duda del producto o servicio que se va a ofrecer.

¿Qué estrategia utiliza para poder incentivar el crecimiento en las ventas?

Siempre que los locales mantengan un orden que le permite tener una buena dinámica para manejar el producto, y que el personal tenga un buen conocimiento del producto.

#### **5. Gestión de Marketing**

¿Qué estrategias de marketing aplica usted en su empresa?

Estamos recién comenzando con procesos de marketing, como es la creación de la página web, incluirnos en las redes sociales, ofrecer una buena imagen de la empresa estableciendo colores, camisetas, para que el cliente pueda identificar nuestra marca.

## **6. Gestión legal**

¿Cuál es la estructura legal de la Empresa?

Es una compañía limitada.

¿Cumple con los requisitos que impone el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito?

Si tenemos todos los requisitos, como patentes, permiso de funcionamiento entre otros.

¿Sus colaboradores están afiliados al Seguro Social?

Si todos los que trabajamos en la empresa estamos afiliados al seguro social.

Elaborado por: Alexander Corella

Nombre: Álvaro Domínguez

Cargo: Gerente General

Función Principal: Planificar, organizar, dirigir y controlar la actividad comercial de la empresa.

## **1. Gestión Administrativa**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja está representado en los organigramas estructural y funcional?

El orden jerárquico de la empresa está establecido de una manera tácita, no se ha establecido en un manual o en un organigrama, nosotros manejamos cargos poli funcionales incluyendo mi cargo.

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

No de igual manera no está representada textualmente, pero de manera verbal se indica las funciones que son responsables cada empleado.

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

Internamente capacitamos al personal constantemente sobre los productos que maneja la empresa.

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

La interacción entre nosotros es muy buena, dinámica, tenemos una comunicación constante y directa.

## **2.Gestión Financiera**

¿Cómo proyecta sus inversiones futuras?

Manejamos flujos de cajas, y proyecciones en ventas, de los cuales no se han realizados de una buena manera, provocando llegar a nivel de endeudamiento alto, pero que la empresa esta con la capacidad de afrontarlos.

¿Maneja un Estado de Pérdidas y Ganancias?

Si manejamos estados de Pérdidas y Ganancias, conjuntamente con estados de resultados.

¿Con qué criterio maneja su nivel de endeudamiento para no afectar con el funcionamiento de la empresa?

Lastimosamente no se ha tenido un buen criterio en este punto, llegando a tener un sobre

endeudamiento, pero la empresa a través de sus niveles en ventas puede afrontarlos.

### **3.Gestión Técnica**

¿Considera que la tecnología que mantienen sus establecimientos va acorde con la funcionalidad de la empresa?

Si los equipos que manejamos en el área del servicio técnico son óptimos, que nos permite desenvolvemos en esta actividad conjuntamente con las garantías que se le ofrece al cliente.

¿Cree usted que el ambiente físico de sus dos locales es óptimo para la funcionalidad de su equipo de trabajo?

Sinceramente se necesita un poco de espacio físico, pero la distribución que imponemos en nuestros dos locales nos permite tener una buena dinámica de trabajo.

### **4.Gestión de Venta**

¿Qué técnicas de ventas brinda usted a sus vendedores para aumentar sus niveles de conocimiento?

Aparte que los vendedores se auto capacitan, la estrategia que establece la empresa es el asesoramiento al cliente, manejamos la estrategia del “No tratar de vender si no asesorar al cliente de un producto que satisfaga su necesidad”.

¿Cuál es el procedimiento para capacitar a sus empleados, referente al producto y servicio que ofrece la empresa?

Con una comunicación directa casi nada es por escrito, ser práctico, nuestra empresa evita la burocracia dentro de la institución, las personas que trabaja con nosotros tiene una inclinación a la tecnología permitido tener interés en el producto que se va a ofrecer y auto



capacitarse para conocer las características del producto.

### **5.Gestión de Marketing**

¿Qué estrategias de marketing aplica usted en su empresa?

Actualmente se está contratando una empresa externa que cree la página web de la empresa, la presidenta maneja merchandising, manejamos una misma imagen en nuestros dos establecimientos, rotulación, colores, diseño.

### **6.Gestión legal**

¿Cuál es la estructura legal de la Empresa?

Somos una Compañía Limitada

¿Cumple con los requisitos que impone el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito?

Si tenemos pagados las patentes, entregado los balances todos los estatutos que nos impone el municipio de Quito.

¿Sus colaboradores están afiliados al Seguro Social?

Si a todos nuestros colaboradores.

¿Usted como gerente cuál la mayor debilidad que refleja la empresa?

Una debilidad es no tener un buen orden en los procesos, se necesitamos implementar un sistema contable completo el cual ya lo estamos realizando adaptándose a nuestras necesidades en especial en el área del servicio técnico, considero que nuestra mayor falencia es el proceso de comunicación tanto internamente como externa, otra debilidad es no tener procesos de posventa para medir la satisfacción de nuestros servicios.

Elaborado por: Alexander Corella

### 3.3.2.3 Análisis de las Entrevistas

#### **Gestión Administrativa:**

¿Existe un orden jerárquico en la empresa, y si lo maneja conoce usted los organigramas estructural, y funcional?

La empresa no consta con una estructura, los colaboradores desconocen sobre si existe un organigrama donde se identifique un orden jerárquico, el gerente junto con la presidenta concuerdan que en la empresa, existe un orden jerárquico de forma horizontal en donde sus colaboradores manejan cargos poli-funcionales.

¿Actualmente la empresa maneja un Manual de Funciones?

No existe un manual de funciones dentro de la empresa, los colaboradores son instruidos sobre sus funciones únicamente de manera verbal, indicando sus tareas y responsabilidades que deben ejercer en su puesto de trabajo.

¿Maneja la empresa procesos de capacitación?

La empresa no ha contratado ningún tipo de capacitación externa para sus colaboradores, sin embargo son instruidos constantemente sobre los productos que se va a ofrecer a los clientes.

¿Cómo considera el desarrollo de la interacción jefe- colaborador?

Todos los colaboradores de la empresa, concuerdan que la interacción entre jefe- colaborador es muy buena, ya que existe una comunicación directa entre ellos.

¿Cómo calificaría el ambiente laboral que le ofrece la empresa?

De forma unánime todos respondieron que el ambiente laboral es muy bueno, que en

ocasiones si llega haber un conflicto, únicamente se da por falta de comunicación entre ellos.

¿Qué beneficios le ofrece la empresa aparte de los que dictamina la ley?

Las respuestas en esta pregunta fueron diferentes, por un lado se destacó la apertura que la empresa permite en cuanto a permisos ya sea por motivos personales o educativos, y por otro lado la empresa les ofrece en términos monetarios, el 1% del total de las ventas del mes a cada vendedor, donde se puede obtener un detalle, que tan solo un colaborador respondió que obtiene este beneficio de la empresa.

¿En el ámbito netamente administrativo qué podría cambiar la empresa para mejorar su rendimiento?

Existieron dos respuestas, la primera que exista un mayor control en la mercadería que maneja la empresa, y la segunda es que haya una mejor comunicación operativa.

#### **Gestión Técnica:**

¿Cree usted que las condiciones físicas que le ofrece la empresa son óptimas para el desenvolvimiento de sus actividades?

Todos coincidieron que las condiciones son óptimas para el desenvolvimiento de sus actividades son óptimas, sin embargo el Gerente y la Presidenta está de acuerdo que el local de la sucursal Sur, es un poco pequeño y están en proyecto de ampliarse en el mismo Centro Comercial pero con un local más amplio.

#### **Gestión Venta:**

¿Considera usted que los precios que maneja la empresa están acordes con el mercado?

Todos los que trabajan en la empresa consideran que los precios que manejan son muy competitivos.

¿Qué herramientas le proporciona la empresa para poder mejorar su productividad en las ventas?

Principalmente la empresa maneja el buen trato al cliente, personalmente el Gerente a impartido en sus colaboradores que manejen una estrategia, en donde el vendedor no le transmita al cliente el deseo de realizar una simple venta, sino mediante el asesoramiento del producto y basado en la necesidad del cliente hagan captar más la atención del mismo para poder hacer el cierre en la venta.

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tiene usted de los productos que se le ofrece al cliente?

Todos los colaboradores afirman que manejan un rango entre el 80 al 95 por ciento de conocimiento del producto.

¿Qué técnicas de ventas le ha brindado la empresa a usted para desarrollar su conocimiento como vendedor?

Los vendedores concuerdan, en que siempre exista un buen trato hacia el cliente.

¿Según su criterio en cuanto a mercadería, la empresa maneja variedad de productos frente a la competencia?

Existió una respuesta positiva, todos los colaboradores afirman que la empresa maneja una buena variedad de productos, y siempre están actualizados con la tendencia de los clientes en cuanto a mercadería.

**Gestión de Marketing.**

¿Qué estrategias de Marketing ha realizado la empresa que usted conozca?

Existe desconocimiento en cuanto al marketing que maneja la empresa por parte de sus colaboradores, el gerente afirma que en la empresa no se ha realizado ninguna gestión de marketing, pero esta como proyecto en este año ya lanzar la página web de la empresa, y conjuntamente atacar a lo que son las redes sociales.

¿Con qué criterios de Marketing exhiben sus productos, para logra una mayor captación del cliente?

La respuesta por parte de los colaboradores fue colocar en la vitrina productos que este con la tendencia del mercado, que el producto este visible y sea fácil de identificar por parte del cliente.

¿Manejan promociones y descuentos eventuales?

Todos los meses la empresa maneja promociones y descuentos en productos seleccionados.

### **Gestión Legal**

¿Su patrono cumple con los deberes respectivos a la afiliación del Seguro Social?

Con una respuesta unánime todos los trabajadores de la empresa respondieron que si están afiliados al Seguro Social

¿El local comercial en el que usted labora actualmente, cuenta con los requerimientos básicos de funcionamientos que exige el Municipio Metropolitano de la ciudad de Quito?

De igual manera todas las respuestas afirmaron que la empresa cuenta con todos los requerimientos que exige el Municipio Metropolitano de la ciudad de Quito.

**Preguntas exclusivas al Gerente y a la Presidenta de la empresa Mobile Services.**

¿Considera que la tecnología que mantienen sus establecimientos va acorde con la funcionalidad de la empresa?

Respondieron que la tecnología que maneja la empresa es óptima, permitiendo desenvolverse cumpliendo con las garantías que se le ofrece al cliente.

¿Cómo proyecta sus inversiones futuras?

El gerente indica que no existe un buen criterio al proyectar las inversiones futuras de la empresa, se basa a través de la proyección en las ventas, e ir analizando conjuntamente las necesidades del mercado para realizar una inversión.

¿Maneja un Estado de Pérdidas y Ganancias?

La respuesta es que si manejan estados de Pérdidas y Ganancias, estados de resultados.

¿Con qué criterio maneja su nivel de endeudamiento para no afectar con el funcionamiento de la empresa?

El gerente afirma que no se ha tenido un buen criterio en este punto, llegando a tener en ocasiones sobre endeudamientos.

Elaborado por: Alexander Corella

## **CAPITULO 4**

### **PROPUESTA DE MEJORAMIENTO**

Un servicio de calidad es indispensable, en un medio en donde existe una gran cantidad de oferta y demanda, es imprescindible llegar a poder ser diferenciada del medio. Walt Disney afirmó que “Hagas lo que hagas, hazlo tan bien para que vuelvan y además traigan a sus amigos”, si es complicado para una empresa en pleno crecimiento competir con compañías que monopolizan el mercado, los pequeños detalles son capaces de generar grandes impactos para poder fidelizar a un cliente.

La propuesta de mejoramiento está basada a través del estudio externo que se obtuvo mediante las encuestas realizadas a los clientes reflejadas en el cuadro de las páginas 58-62, también a través de un análisis interno de la empresa mediante la realización de entrevistas a todos los trabajadores de la empresa resumido en el cuadro de las páginas 94-98; con ello definir el direccionamiento estratégico de la empresa para conocer su situación actual.

#### **4.1 Direccionamiento Estratégico**

##### **4.1.1 Análisis de la Situación Actual de la empresa en el Ecuador**

La empresa que inicio su actividades hace más de 10 años, desempeñándose como persona natural conocida con el nombre de EvoCellSolutions, época donde se hace conocer en el medio por la calidad en el servicio que ofrece, en este tiempo crece y se fortalece, por lo

que hay la necesidad de constituirse jurídicamente para dar una mejor imagen y aumentar su nivel competitivo en la ciudad de Quito, ahora es conocida jurídicamente como MOBILE Services Cía. Ltda.

La Empresa tiene como propósito ofrecer al mercado servicios comerciales y técnicos, relacionados con dispositivos electrónicos portátiles sobre todo en cuanto a teléfonos celulares, satisfaciendo las tres necesidades que el cliente solicita en este tipo de negocios, como lo son: El equipo, la mercadería, y un servicio técnico garantizado.

#### **4.1.2 Misión**

“Somos una empresa dedica a brindar servicios de alta calidad para la entera satisfacción de nuestros clientes”

#### **4.1.3 Visión**

“Nuestra visión es que a través de nuestro crecimiento, posesionar el mercado local tanto en equipos como de servicio técnico”

#### **4.1.4 Objetivos a corto plazo**

- Potenciar las ventas de accesorios
- Trabajar el E-Business de la empresa.



- Ofrecer cursos de capacitación a todo el personal, con el fin de mejorar el servicio de la empresa
- Investigar nuevos distribuidores de accesorios, con el fin de conseguir mercadería no convencional, y exclusiva.

#### **4.1.5 Objetivos a largo plazo**

- Obtener el reconocimiento y el prestigio por parte de la población de Quito.
- Aumentar su infraestructura, para poder captar más la atención de sus consumidores.

#### **5.1.6 Valores corporativos**

- Trabajo en Equipo: Unir esfuerzos para el logro de objetivos comunes y trabajar para obtener el mayor potencial de cada persona, con el fin de conseguir metas e ideales.
- Respeto: Valorar las capacidades de cada persona y brindar a todos un trato cordial. Escuchar a todos con atención y valorar la diversidad de opiniones, haciendo sentir a los clientes que son importantes para la empresa.
- Calidad: Hacer el trabajo bien hecho desde el principio, dar lo mejor y buscar siempre soluciones simples y efectivas a las diferentes dificultades que se presenten.
- Responsabilidad: Hacer bien y a tiempo lo que corresponde.
- Integridad: Actuar con honestidad.

#### 4.1.7 Análisis PEST en el Ecuador

**Tabla No. 12 Análisis PEST**

Causas	(+)	(-)	Nivel de Impacto		
			Bajo	Medio	Alto
<b>Político</b>					
Para el 2013 el índice de riesgo país en Ecuador es de 775 puntos, el mejor registrado desde el 2008	(+)		Bajo		
A nivel Latinoamericano Ecuador está entre los 5 países con mayor índice de riesgo país.		(-)		Medio	
Resolución para la importación de teléfonos celulares a través de Correos del Ecuador, mensajería rápida, llamada también “Courier” o mediante personas naturales que ingresen por las salas de arribo internacional de pasajeros, pasos fronterizos o puertos marítimos.	(+)				Alto
<b>Económico</b>					
La tasa de inflación del Ecuador al finalizar el 2012 fue de 4.16%, debajo del promedio de América Latina del 5.10%.	(+)			Medio	
Desde el 2008 al finalizar el 2012, el volumen de este último año de crédito financiero en el país aumento a \$ 20,427.91 millones.	(+)				Alto
El aumento de la burocratización en las importaciones de artículos tecnológicos.		(-)		Medio	
La balanza comercial no petrolera, contabilizo saldos comerciales negativos		(-)		Medio	
<b>Social</b>					
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC), finaliza el 2012 con un índice de 44,5 puntos, siendo uno de los registros más altos desde el 2008.	(+)				Alto
El gobierno de turno tiene como propuesta de la mochila escolar, por una Tablet informática, con lo que se garantiza que los infantes mejoren sus conocimientos y desarrollen su intelecto con programas técnicos de destreza.	(+)				Alto

El índice de pobreza a nivel urbano, registra un 16.71% el más bajo registrado desde el 2007	(+)		Bajo		
Tecnológico					
Pichincha cuenta con el porcentaje más alto en el Ecuador, con personas que cuentan con un teléfono celular activo.	(+)			Medio	
Solo el 8.4% de personas en el Ecuador, poseen teléfonos inteligentes, Smartphone.		(-)			Alto
Las TIC muestran cambios rápidos, el aumento de los conocimientos y las demandas en la tecnología se convierten en una exigencia permanente.	(+)			Medio	

Elaborado por: Alexander Corella Romero

Fuente: Banco Central <http://www.bce.fin.ec/>; Instituto Nacional de Estadística y Censos [http://www.inec.gob.ec/sitio\\_tics/](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/)

#### 4.1.8 Análisis FODA

El FODA o SWOT, es una herramienta analítica, que permite examinar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que tenga la empresa, para poder realizar el estudio se hizo un diagnóstico situacional, en el campo interno, se implementó una investigación de campo, mediante la aplicación de encuestas a los clientes de la empresa, y entrevista a todos los colaboradores y directivos de la empresa; en cuanto para el ambiente externo se realizó un estudio de los factores PEST con el fin de conocer el Macro Ambiente en donde se encuentra la empresa.

Estos estudios permiten establecer factores para la Formulación de la matriz FODA, dividiendo su análisis en el campo interno como externo.

##### 4.1.8.1 Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos)

El análisis interno se preocupa por la identificación de las fuerzas y debilidades que tenga la empresa, para su desarrollo se siguen los siguientes pasos.

- Realizar una lista de los factores que incluyan tanto fuerzas como debilidades manteniendo ese mismo orden, y siendo lo más específico posible.
- Asignar un peso entre 0.0 como (no importante) a 1.0 como (absolutamente importante) a cada uno de los factores, el total de todos los pesos debe de sumar 1.0.
- Asignar una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si, el factor representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación =3) o una fuerza mayor (calificación = 4).
- Multiplique el peso de cada factor, para determinar una calificación ponderada para cada variable.

**Tabla No. 13 Análisis EFI**

Matiz FODA			
Matriz EFI	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
Más de 10 años de experiencia, en el campo de la tecnología especializados en equipos electrónicos portátiles.	0.125	4	0.50
Variedad de productos, acorde con la tendencia y en actualización constante.	0.075	3	0.225
Servicio Técnico inmediato	0.10	4	0.40
Asesoramiento del manejo del producto hacia el cliente.	0.15	4	0.60

Diagnóstico previo al servicio técnico.	0.075	3	0.225
<b>Debilidades</b>			
Estructura Organizacional y Funcional	0.05	2	0.10
Proceso de Comunicación con el cliente interno y externo	0.15	1	0.15
Proceso de Pos-Venta	0.125	1	0.125
Capacitación del personal	0.10	2	0.20
Manual de Funciones	0.05	2	0.10
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.625</b>

Elaborado por: Alexander Corella

El cuadro demuestra que existe una posición interna fuerte, pero existe factores que debilitan el funcionamiento de la empresa.

#### **4.1.8.2 Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos)**

Es importante que una organización planear estrategias, para aprovechar las oportunidades externas, y evitar o poder reducir, el impacto de las amenazas externas. Para la implementación de esta matriz se debe seguir los siguientes pasos:

- Realizar una lista de los factores que incluyan tanto oportunidades como amenazas manteniendo ese mismo orden, y siendo lo más específico posible.
- Asignar un peso entre 0.0 como (no importante) a 1.0 como (absolutamente importante) a cada uno de los factores, el total de todos los pesos debe de sumar 1.0.

- Asigne una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes, donde el factor representa una respuesta mala (calificación = 1), una respuesta media (calificación = 2), una respuesta media alta (calificación = 3), una respuesta alta (calificación = 4).
- Multiplique el peso de cada factor, para determinar una calificación ponderada para cada variable.

**Tabla No.14 Matriz EFE**

Matiz FODA			
Matriz EFE	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>Oportunidades</b>			
Resolución para la importación de teléfonos celulares a través de Correos del Ecuador, mensajería rápida, mediante personas naturales que ingresen al país.	0.20	3	0.60
Aumento en el crédito financiero en el país.	0.15	3	0.45
Incremento en el índice de confianza del consumidor (ICC)	0.10	3	0.30
Pichincha cuenta con el porcentaje más alto en el Ecuador, con personas que cuentan con un teléfono celular activo.	0.025	1	0.025
Ampliar su planta en plazas comerciales en la ciudad de Quito	0.10	2	0.20
<b>Amenazas</b>			
Crecimiento en la Competencia	0.10	2	0.20
Solo el 8.4% de personas en el Ecuador, poseen teléfonos inteligentes, Smartphone.	0.05	1	0.05
Variación en las leyes, para la importación de tecnología en el País.	0.20	2	0.40
Crecimiento en la Delincuencia en la ciudad de Quito	0.05	2	0.10

Promociones eventuales de las empresas CNT, Claro y Movistar	0.125	2	0.25
Total			2.575

Elaborado por: Alexander Corella

El cuadro demuestra que existe un Equilibrio en el ambiente externo de la empresa, entre las oportunidades y las amenazas, lo que indica que las oportunidades no se están aprovechando eficazmente para poder enfrentar a los problemas externos que afecten con el desarrollo de la empresa.

4.1.9 Mapa de Problemas

Gráfico No. 23 Mapa de Problemas



Elaborado por: Alexander Corella



## 4.2 Análisis en las 4 perspectivas BSC

La aplicación del Balance ScoreCard o Cuadro de mando Integral, permite al estudio obtener las siguientes ventajas:

- Darle a todas las funciones de la organización una dimensión estratégica y no solo operacional.
- Comunicarle a todos una clara idea del propósito e importancia de su trabajo en la organización.
- Entender el cómo de los esfuerzos en desarrollar competencias, relaciones con clientes, mejorar procesos y las nuevas tecnologías de información, traen mejores resultados en el futuro.
- La fuerza de explicar un modelo de negocio y traducirlo en indicadores facilita el consenso en toda la empresa, no sólo en la dirección sino también en cómo hacerlo.
- Clarifica cómo afectan las acciones del día a día no sólo en el corto plazo sino también en el largo plazo.

Para la ejecución del BSC es preciso dividir su estudio en sus cuatro perspectivas: Financiera, Clientes, Procesos Internos, Formación y Crecimiento.

#### 4.2.1 Análisis Financiero

**Tabla No. 15 BSC perspectiva Financiera**

Financiera		
Objetivos	Indicadores	Estrategias
Aumentar las Ventas	Estados de Resultados (Ventas)	*Aplicar promociones eventuales *Dar cursos de Ventas al personal *Aumentar la publicidad de la Empresa
Sólida Base Financiera	Liquidez vs Endeudamiento	*Disminuir las cuentas por pagar *Optimizar los Activos Fijos
Maximizar Oportunidades de Negocios	# de Propuestas para inversión	*Realizar un cronograma de actividades dedicadas a la investigación *Investigar eventos de negocios relacionados con su actividad comercial
Mejorar el criterio de Endeudamiento	% en Gastos	*Cursos de capacitación de Manejos de Capital, Planificación Estratégica.

Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.2.2 Análisis Procesos Internos

**Tabla No. 16 BSC perspectiva Procesos Internos**

Procesos Internos		
Objetivos	Indicadores	Estrategias
Optimizar el canal de comunicación (Cliente Interno)	% de conflictos entre el personal	*Elaborar Focus-Group para el personal Interno
Mejorar el proceso de comunicación (Cliente Externo)	% de conflictos con el cliente	*Rediseñar el proceso de comunicación con el personal
Implementar Proceso de Post-Venta	% de Clientes Frecuentes	*Crear una base con datos digitales para poder tener continuidad con el cliente

Proceso de Marketing	# de clientes	*Conjuntamente con la creación de su página web, incrementar la publicidad en sus dos establecimientos; Manejar criterios de merchandising y Redes Sociales.
----------------------	---------------	--

Elaborado por: Alexander Corella

### 4.2.3 Análisis Clientes

**Tabla No. 17 BSC perspectiva Clientes**

Clientes		
Objetivos	Indicadores	Estrategias
Aumentar Índice de satisfacción del cliente	Encuestas	*Mejorar procesos internos que afecten con el desarrollo de la empresa
Fidelizar Cliente	% de Clientes Frecuentes	*Mantener la comunicación e interactividad con clientes
Cumplir los Plazos de entrega (Área Comercial, Área Servicio Técnico)	% de Cliente Satisfechos	*Estandarizar tiempos en los plazos de entrega, dividirlos en tres estados de prioridad (Alta, Media, Baja)
Posicionar la marca de la empresa en la mente del consumidor.	Encuestas	*Implementar el "Data-base" un tipo de marketing que permite obtener una base de datos sobre las preferencias y gustos de los clientes, y poder ofrecer mediante correos electrónicos masivos productos de su conveniencia.

Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.2.4 Análisis Aprendizaje y Crecimiento

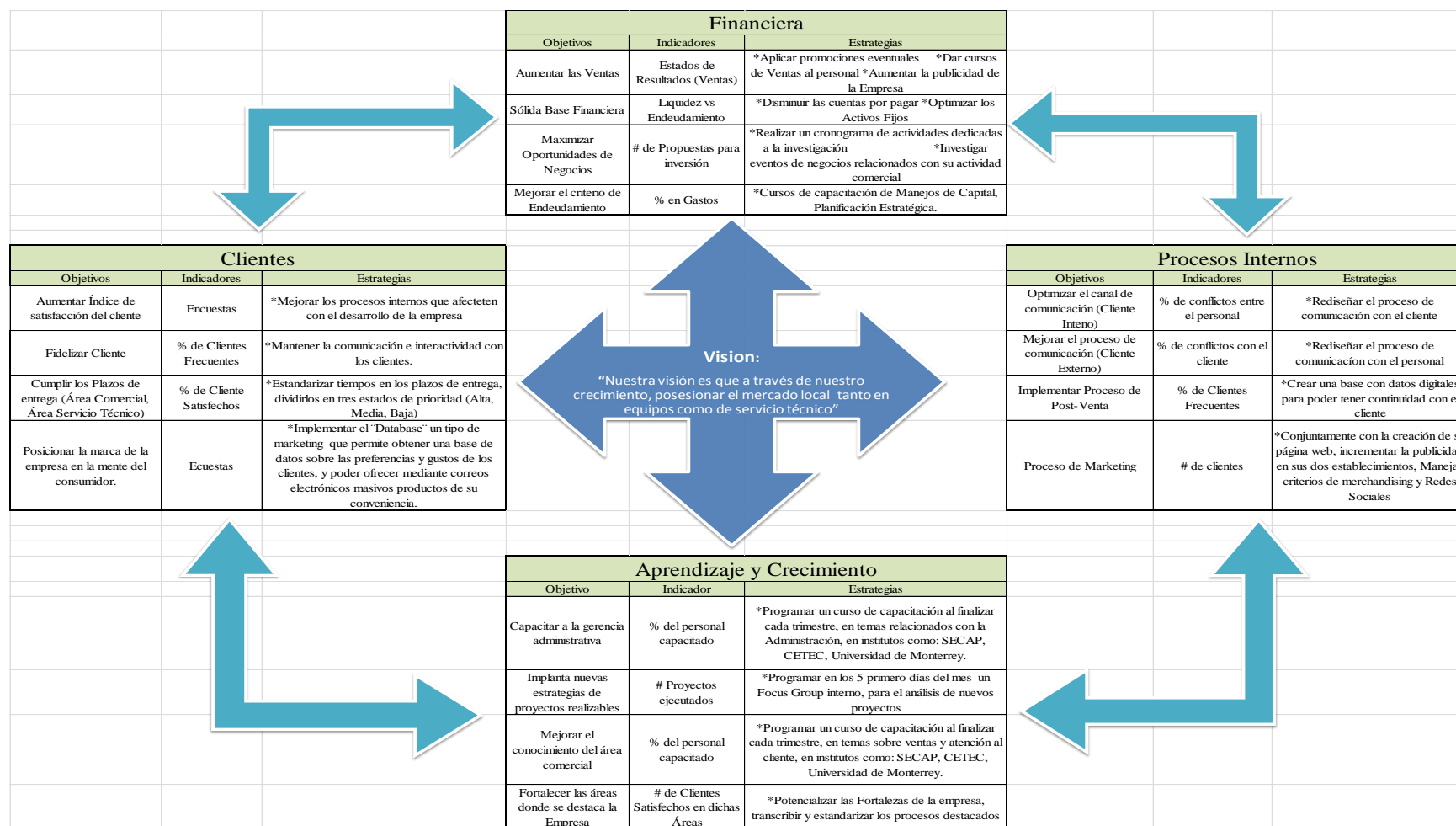
**Tabla No. 18 BSC perspectiva Aprendizaje y Crecimiento**

Aprendizaje y Crecimiento		
Objetivo	Indicador	Estrategias
Capacitar a la gerencia administrativa	% del personal capacitado	*Programar un curso de capacitación al finalizar cada trimestre, en temas relacionados con la Administración, en institutos como: SECAP, CETEC, Universidad de Monterrey.
Implanta nuevas estrategias de proyectos realizables	# Proyectos ejecutados	*Programar en los 5 primeros días del mes un Focus Group interno, para el análisis de nuevos proyectos
Mejorar el conocimiento del área comercial	% del personal capacitado	*Programar un curso de capacitación al finalizar cada trimestre, en temas sobre ventas y atención al cliente, en institutos como: SECAP, CETEC, Universidad de Monterrey.
Fortalecer las áreas donde se destaca la Empresa	# de Clientes Satisfechos en dichas Áreas	*Potencializar las Fortalezas de la empresa, transcribir y estandarizar los procesos destacados

Elaborado por: Alexander Corella

## 4.2.5 Cuadro general del análisis del Balance Scorecard

Tabla No. 19 BSC perspectiva Aprendizaje y Crecimiento



Elaborado por: Alexander Corella

## 4.3 Reestructuración de la Empresa

### 4.3.1 Problema

Para poder emprender y crecer una empresa sólida, es importante que su estructura sea flexible, poder comprender la posición, función de cada unidad.

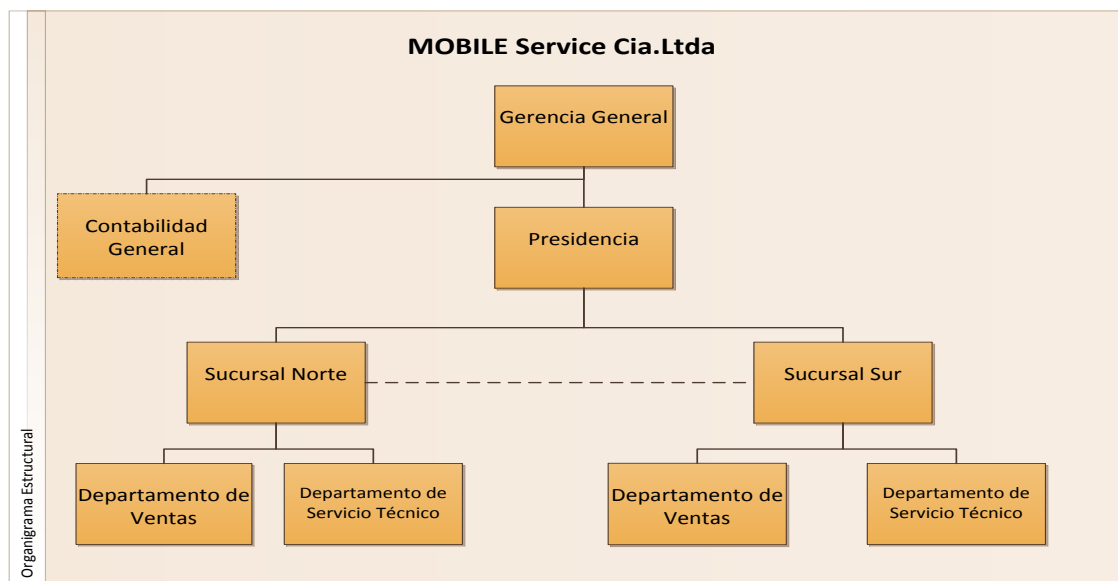
### 4.3.2 Objetivo

Desarrollar un organigrama estructural, funcional, y posicional de la empresa MOBILE Services, con el fin de establecer su estructura, dividir sus unidades y conocer las relaciones que hay entre cada una de ellas, permitiendo delegar responsabilidades y maximizar la eficiencia en los recursos humanos.

### 4.3.3 Propuesta

#### 4.3.3.1 Organigrama Estructural

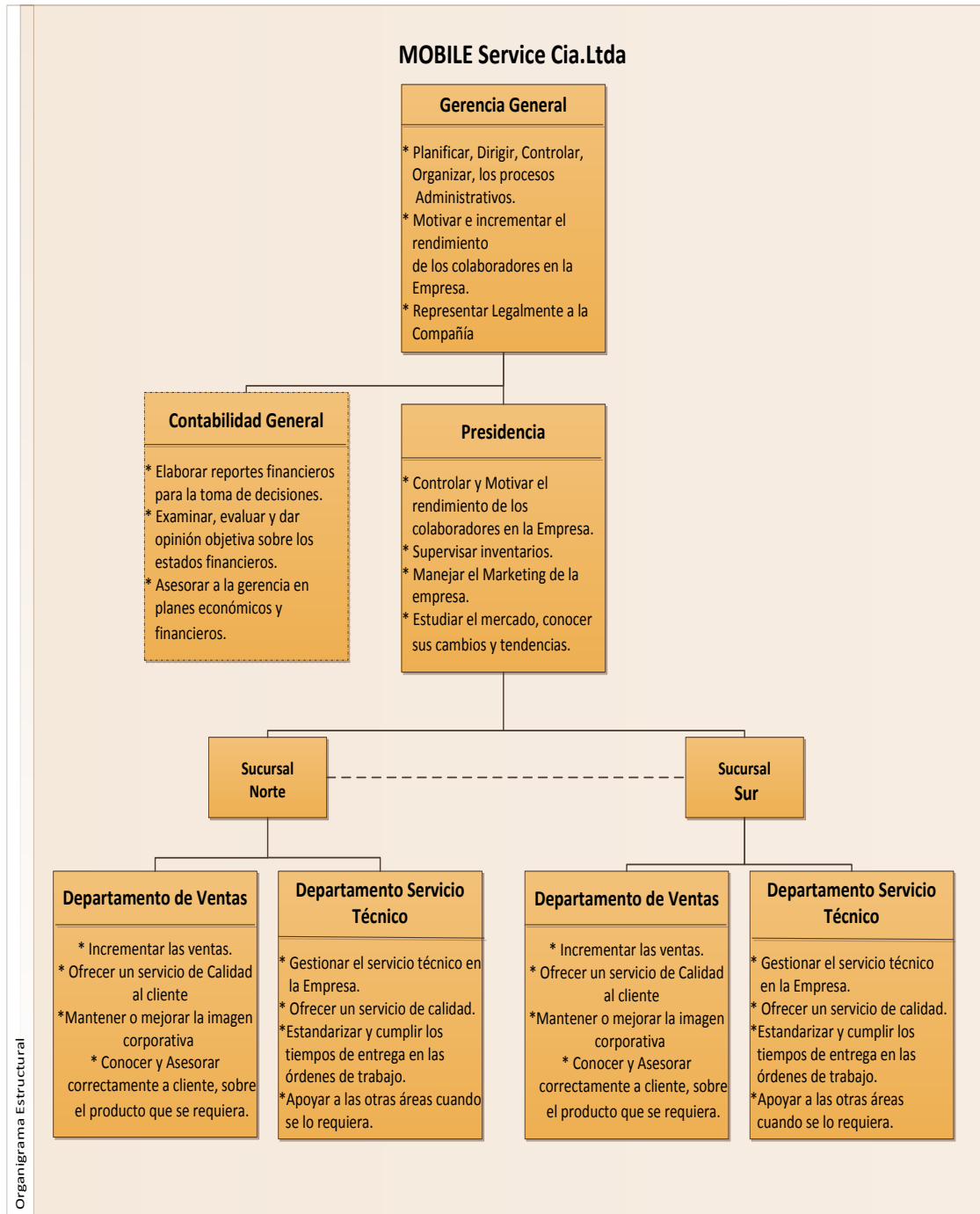
Gráfico No. 24 Propuesta Organigrama Estructural



Elaborado por: Alexander Corella

### 4.3.3.2 Organigrama Funcional

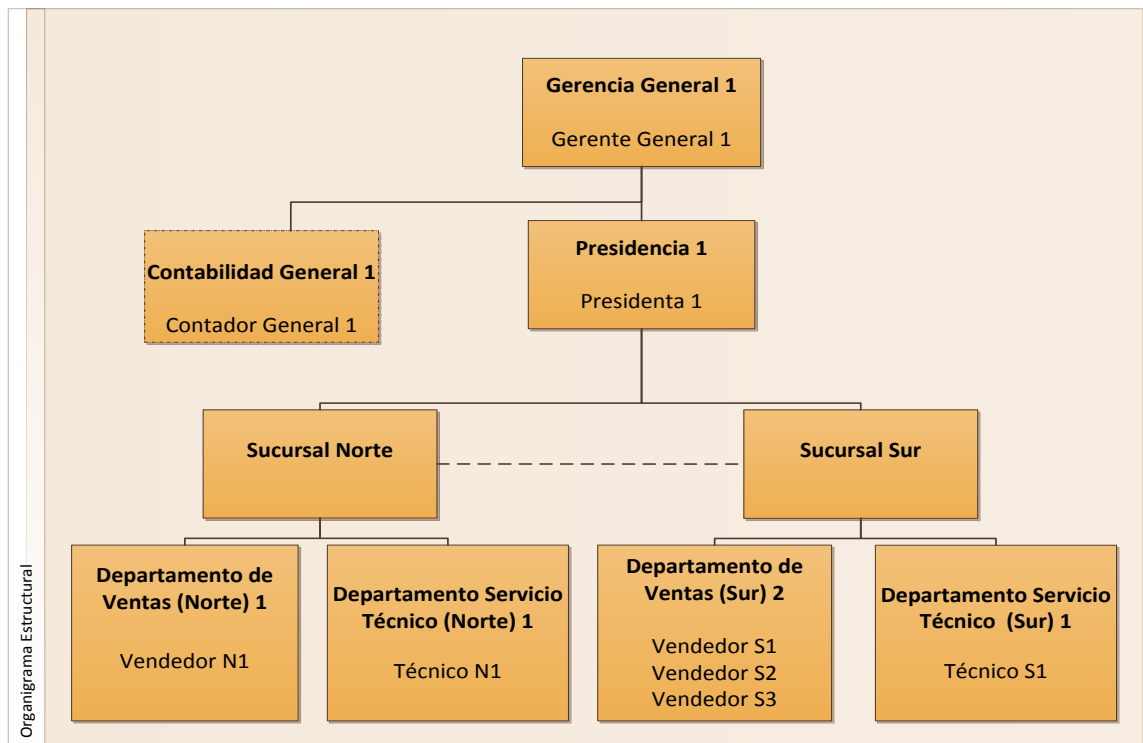
Gráfico No. 25 Propuesta Organigrama Funcional



Elaborado por: Alexander Corella

### 4.3.3.3 Organigrama Posicional

Gráfico No. 26 Propuesta Organigrama Posicional



Elaborado por: Alexander Corella

## 4.4 Diseño del Manual de Funciones

### 4.4.1 Problema

Actualmente la empresa delega funciones de manera verbal, provocando desvíos en canal de comunicación interna, es importante que cada colaborador esté al tanto de sus responsabilidades y actividades, que debe ejercer en su puesto de trabajo, el cual se recomienda que esté representado por escrito.



#### 4.4.2 Objetivo

Desarrollar un Manual de Funciones que permite conocer el perfil del cargo, este instrumento facilita la ubicación y orientación del personal, además permite establecer claras delimitaciones, requisitos en las funciones y responsabilidades de cada cargo.

#### 4.4.3 Propuesta

##### 4.4.3.1 Gerente General

**Gráfico No. 27 Manual de Funciones Gerente General**

MOBILE Services Cía. Ltda.	
Manual de Funciones	
Cargo	Gerente General
Salario	\$ 1.500,00
Objetivo:	Planificar, Dirigir, Controlar, Organizar, los procesos Administrativos. Motivar e incrementar el rendimiento de los colaboradores en la Empresa.
Funciones	
* Representar legalmente a la empresa	
*Delegar funciones y elaborar cronogramas de actividades a las diferentes áreas de la empresa	
*Asignar y supervisar al Personal	
*Autorizar y ordenar los respectivos pagos en general	
*Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal en general	
* Fijar metas y objetivos	
*Estudiar mejores opciones de compra en cuanto a mercadería en general	

<p>*Analizar y tomar decisiones para resolver problemas que se presenten</p> <p>*Solicitar y analizar al contador los estados financieros de la empresa</p>	
<b>Requisitos</b>	
Educación	Título profesional Administración de Empresa y Negocios, conocimiento en empresas de telecomunicaciones.
Experiencia	Mínimo 3 años en cargos administrativos, Conocimientos en el negocio de las telecomunicaciones.

Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.4.3.2 Presidenta

**Gráfico No. 28 Manual de Funciones Presidenta**

<b>MOBILE Services Cía. Ltda.</b>	
<b>Manual de Funciones</b>	
Cargo	Presidenta
Salario	\$ 700,00
Objetivo:	Controlar y Motivar el rendimiento de los colaboradores en la Empresa, Supervisar inventarios, Manejar el Marketing de la empresa.
<b>Funciones</b>	
<p>*Controlar el cumplimiento de funciones de los colaboradores.</p> <p style="padding-left: 40px;">*Manejar el Merchandising en los establecimientos.</p> <p style="padding-left: 80px;">*Supervisar la imagen de la empresa</p> <p style="padding-left: 40px;">*Responsable de la distribución de mercadería.</p> <p>*Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal en general</p> <p style="padding-left: 40px;">* Aplicar descuentos y promociones eventuales</p>	

<p>*Adquisición y elección de la mercadería</p> <p>*Estudiar el mercado, conocer sus cambios y nuevas tendencias.</p> <p>*Analizar y tomar decisiones para resolver problemas que se presenten.</p> <p>*Planificar actividades de recreación para el personal.</p>	
<b>Requisitos</b>	
Educación	Título profesional Administración de Empresa, Marketing, Publicidad, RRHH.
Experiencia	Mínimo 2 años en cargos similares, manejo del Personal, conocimientos en el negocio de las telecomunicaciones.

Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.4.4.3 Vendedor

**Gráfico No. 29 Manual de Funciones Vendedor**

<b>MOBILE Services Cía. Ltda.</b>	
<b>Manual de Funciones</b>	
Cargo	Vendedor
Salario	\$350 + (comisión)
Objetivo:	Incrementar las ventas. Ofrecer un servicio de Calidad al cliente
<b>Funciones</b>	
<p>*Conocer beneficios y características del producto y servicio.</p> <p>*Manejar con soltura el producto.</p> <p>*Mantener o mejorar la imagen corporativa en las relaciones con los clientes</p>	

<p>*Cumplir con los objetivos en las cuotas de venta.</p> <p>*Comunicar errores en los procesos y proponer mejoras.</p> <p>* Atender los reclamos de los clientes</p> <p>*Controlar y comunicar los procesos de comunicación con los clientes.</p> <p>*Adquirir y ordenar una base de datos, sobre clientes satisfechos e insatisfechos.</p> <p>*Conocer y Asesorar correctamente a cliente, sobre el producto que se requiera.</p> <p>*Dar servicio postventa.</p>	
Requisitos	
Educación	Niveles medios en carreras de Administración de Empresas, Marketing, Publicidad.
Experiencia	Mínimo 1 año en cargos similares, Servicio al cliente, conocimientos en el negocio de las telecomunicaciones.

Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.4.4.4 Técnico

**Gráfico No. 30 Manual de Funciones Técnico**

MOBILE Services Cía. Ltda.	
Manual de Funciones	
Cargo	Técnico
Salario	\$ 500 + (Comisión)
Objetivo:	Gestionar el servicio técnico en la Empresa. Ofrecer un servicio de calidad al cliente.

Funciones	
<p>*Clasificar, catalogar y ordenar los materiales y repuestos, presentar un inventario cada trimestre.</p> <p>*Llevar registro de la utilización de repuestos y para qué orden de trabajo fue utilizada</p> <p style="padding-left: 40px;">*Estandarizar y cumplir los tiempos de entrega en las órdenes de trabajo.</p> <p style="padding-left: 80px;">*Apoyar a las otras áreas cuando se lo requiera</p> <p style="padding-left: 80px;">*Organizar y Controlar las ordenes de trabajos pendientes.</p> <p>* Coordinar con el área de ventas, la comunicación con los clientes en las órdenes de trabajo pendientes.</p> <p style="padding-left: 40px;">*Conocer y Asesorar correctamente a cliente, sobre el producto que se requiera.</p> <p style="padding-left: 80px;">*Mantener el orden y la limpieza es el puesto de trabajo</p> <p>*Programar el trabajo, a través del nivel de prioridad en las órdenes de trabajo por presentar.</p>	
Requisitos	
Educación	Título profesional en Ingeniería en Telecomunicaciones, Ingeniería Redes y Comunicación de Datos, Ingeniería Eléctrica y Electrónica
Experiencia	Mínimo 2 años en cargos similares, conocimientos en el negocio de las telecomunicaciones.

Elaborado por: Alexander Corella

## **4.5 Desarrollo del Proceso de Comunicación en el área del Servicio Técnico.**

### **4.5.1 Problema**

Se determinó, luego de la investigación que se le realizó a la empresa tanto interna como externamente, que el proceso en esta área de “Comunicación” es la debilidad más notoria de la empresa.

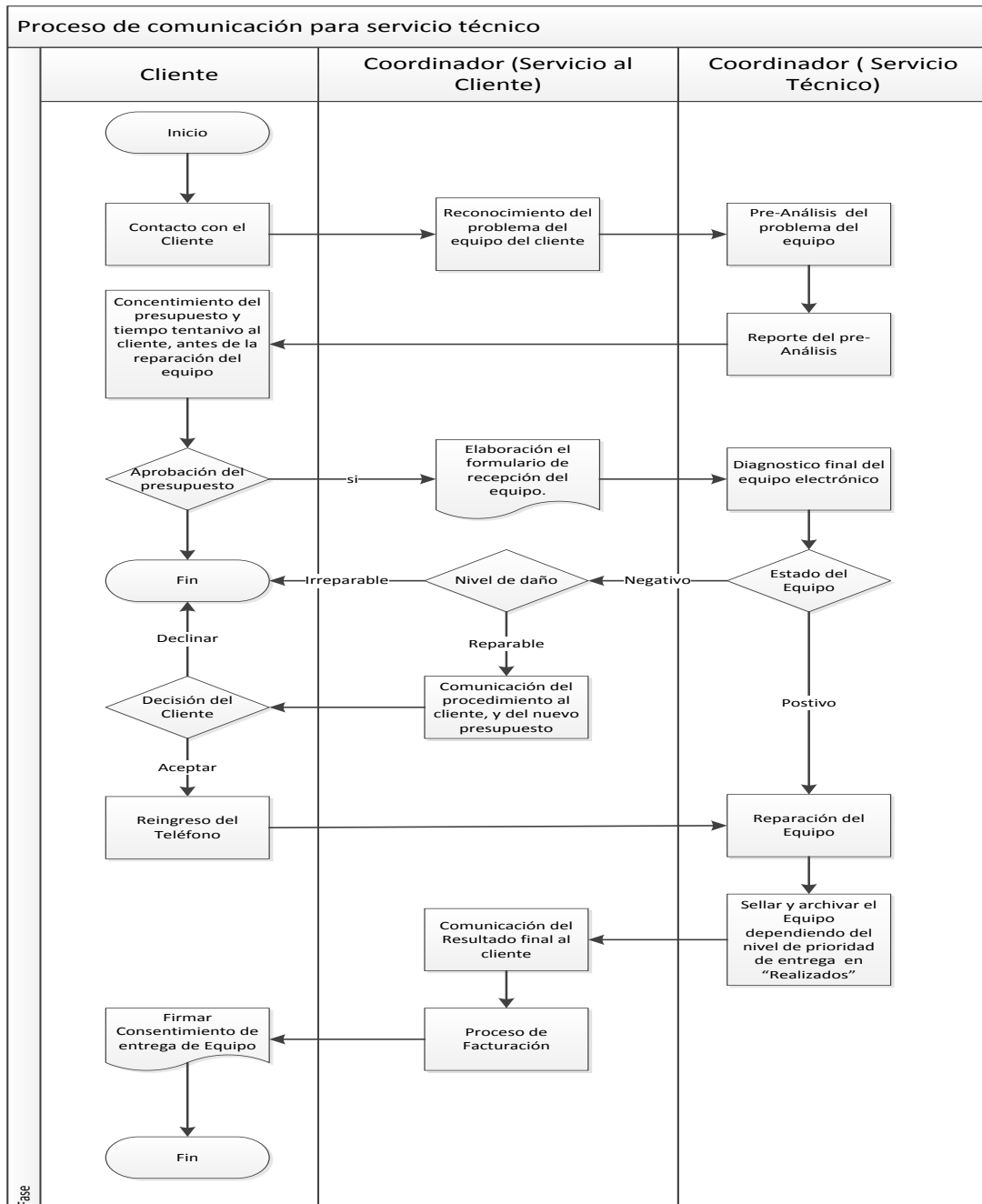
### **4.5.2 Objetivo**

Desarrollar dos estrategias para mejorar el proceso de comunicación en el área del Servicio Técnico: Primero establecer la matriz del proceso de comunicación basándose por la norma ASME; y segundo es crear un proceso que permita ordenar a través del nivel de prioridad cada orden de trabajo para servicio técnico, con el fin de cumplir con los plazos requerido de entrega.

### 4.5.3 Propuesta

#### 4.5.3.1 Proceso de comunicación para el área del servicio técnico

**Gráfico No. 31** Proceso de comunicación área del servicio técnico



Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.5.3.2 Propuesta para el proceso de clasificación ordenes de trabajo.

**Gráfico No. 32 Proceso de clasificación ordenes de trabajo**

Proceso de Clasificación		
Nivel de Prioridad	Características	Responsabilidad
Alto	El tiempo tentativo para la reparación es de entrega inmediata, máximo 24 horas a partir de la recepción del Equipo.	Archivar los equipos de este estado cerca del técnico y programar los equipos conjuntamente con la hora de entrega pre-asignada.
		En caso de algún imprevisto, comunicarse con el cliente, para confirmar la nueva hora o fecha de entrega del Equipo.
		Comunicar en el transcurso del día el estado del equipo al cliente.
		Confirmar con el cliente la hora exacta de entrega.
Medio	El tiempo tentativo para la reparación es de entrega rápida, de 2 a 4 días a partir de la recepción del Equipo.	Archivar los equipos en la categoría de prioridad media.
		Coordinar con el técnico, si no existen equipos de prioridad alta para seguir con los de la esta categoría
		Al comenzar el día revisar el archivo de este nivel, y llamar a todos los clientes que estén en esta categoría e informar el estado de cada equipo, ofrecer una fecha tentativa en la entrega del equipo.
		Al finalizar el día coordinar con el técnico los estados de prioridad de los equipos y los próximos a subir de categoría a Alta.
Bajo	El tiempo tentativo para la reparación es de entrega congelada. Causas frecuentes, falta del repuesto, imprevistos en la reparación, desaparición del cliente.	Archivar los equipos en categoría de prioridad bajo.
		Designar los días martes y viernes para comunicarse con los clientes de esta categoría y dar un informe del estado de su equipo
		Fecha máximo de entrega del equipo como "Irreparable" dos meses.

Elaborado por: Alexander Corella



## 4.6 Propuesta para el proceso de Post-Venta.

### 4.6.1 Problema

Uno de los objetivos primordiales de la empresa es ser reconocida por los consumidores en la ciudad de Quito, el proceso de post venta permite mantener y fidelizar a los consumidores que hayan tenido.

### 4.6.2 Objetivo

Rediseñar las “Ordenes de Trabajo” para obtener un dato más siendo este e-mail del cliente, con el fin de obtener una base de datos digital que permita aplicar la estrategia del Marketing data-base, basándose en el envío masivo de mails ofreciendo productos y promociones de interés al consumidor.

### 4.6.3 Propuestas

#### 4.6.3.1 Rediseño de las Órdenes de Trabajo.

\* Diseño actual para registro y constancia de la “Orden de Trabajo”.



MOBILESERVICES  
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS CIA.LTDA.

MATRIZ: Av. Gaspar de Villarroel E4-142 y Av. Amazonas Telf.: 02 2452-203

SUCURSAL: C.C. El Recreo - Local A58 (frente a Multicines) - Telf.:023110-892

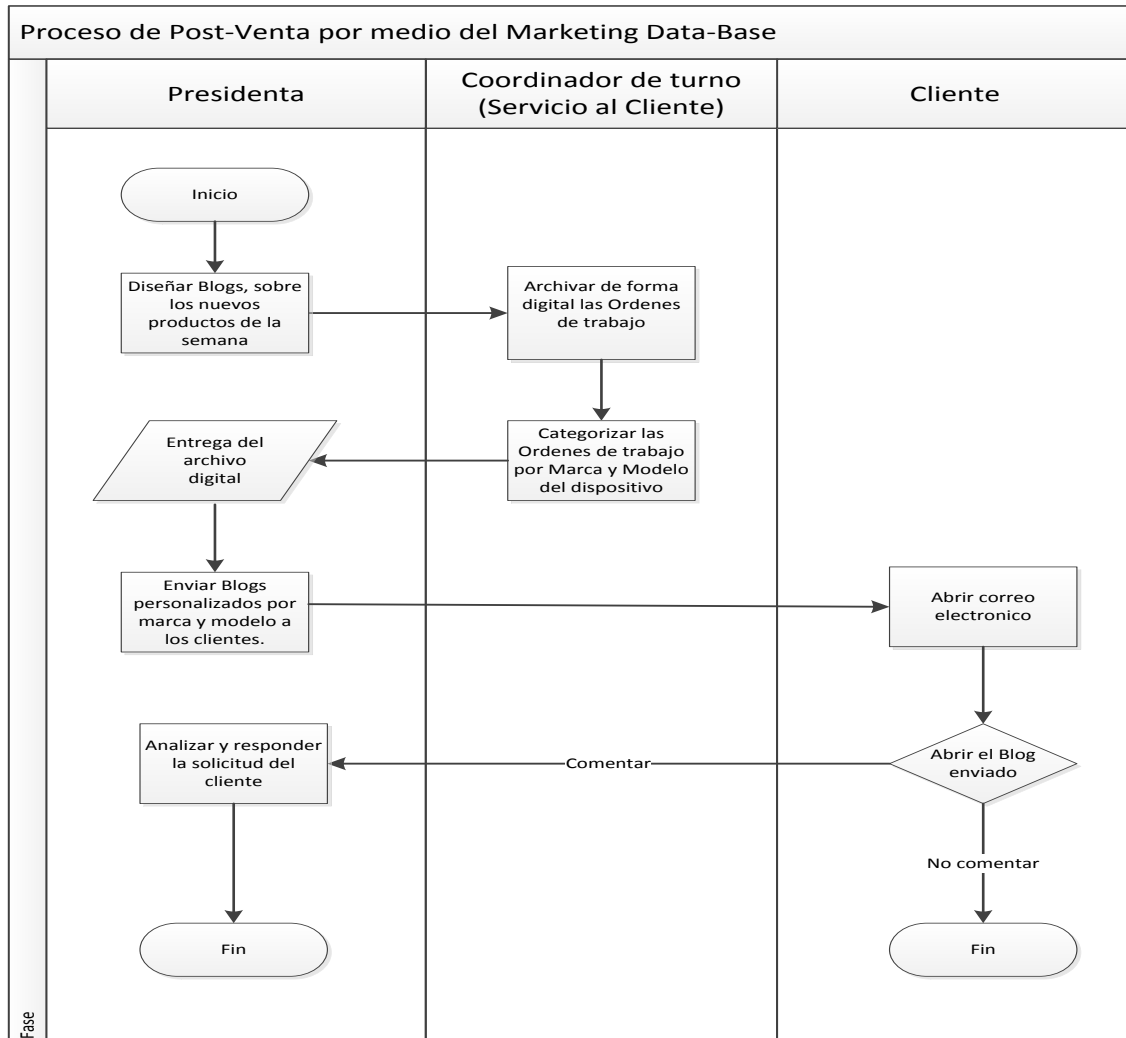
#### ORDEN DE TRABAJO No.

NOMBRE			FECHA	TELEFONOS
MARCA	MODELO	ESN-IMEI	DAÑO	OBSERVACIONES



#### 4.6.3.2 Proceso de Postventa por medio del Marketing Data-Base.

Gráfico No. 33 Proceso de Post-venta



Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.7 Proceso para medir el nivel de satisfacción de los clientes.

##### 4.7.1 Problema

El no tener un claro panorama de la percepción en la satisfacción cliente con la empresa, crea un entorno de conformidad con la misma al asumir que su funcionalidad

es la correcta, evitando de esta manera el progreso y la corrección de errores que esté afectando a la empresa.

#### 4.7.2 Objetivo

Diseñar una encuesta personalizada para los clientes, ofreciendo por su respuesta con un desprendible un sorteo por un producto u órdenes de compra, y rediseñar las “Órdenes de Trabajo”, para incluir un medidor de la calidad del servicio con las variables: malo, regular, bueno, muy bueno y excelente.

#### 4.7.3 Propuestas

##### 4.7.3.1 Diseño de la encuesta personalizada.



#### Encuesta

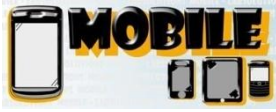
¿Cómo Calificaría el Servicio que obtuvo?				
Malo.....	Regular.....	Bueno.....	Muy Bueno.....	Excelente.....
¿Cómo Calificaría la Atención al Cliente?				
Malo.....	Regular.....	Bueno.....	Muy Bueno.....	Excelente.....
Preguntas al juicio del gerente para conocer el nivel de rendimiento en la empresa o conocer las nuevas preferencias y tendencias de sus clientes.				

\*-----\*

Sorteo para (A juicio del Gerente el Producto para el sorteo)			
Nombre:			
Dirección:			
e-mail:		Telf.	
Producto electrónico de interés:			

Elaborado por: Alexander Corella

### 4.7.3.2 Rediseño para las “Órdenes de Trabajo”



MOBILESERVICIOS  
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS CIA.LTDA.

MATRIZ: Av. Gaspar de Villarroel E4-142 y Av. Amazonas Telf.: 02 2452-203

SUCURSAL: C.C.El Recreo - Local A58 (frente a Multicines) - Telf.:023110-892

#### ORDEN DE TRABAJO No.

NOMBRE		FECHA		TELEFONOS
MARCA	MODELO	ESN-IMEI	DAÑO	OBSERVACIONES

Calificación del Servicio (+)				
Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Recomendaciones:				
E-mail:				

Aceptación: He leído, comprendido y aceptado los términos y condiciones expuestas al reverso de este documento y voluntariamente me hago responsable de asumir los costos por conceptos de reparación de los equipos entregados

\_\_\_\_\_  
Recibido por

\_\_\_\_\_  
Firma del Cliente

\_\_\_\_\_  
Cédula de identidad

Elaborado por: Alexander Corella

## **4.8 Cronograma de Capacitación**

### **4.8.1 Problema**

Si se busca en la empresa un proceso de mejora continua, es tan importante preparar a todos los colaboradores de todos los mandos para enfrentarse al cambio y progresar en su desarrollo una de las herramientas más eficaces es la capacitación, es necesario cambiar el paradigma a los altos empresarios de que la capacitación no es un gasto si no una inversión a largo plazo que permitirá una mayor ventaja competitiva, además crea en el personal un grado de pertenencia con la empresa, un sentido solidario y apoyo a las demás áreas.

### **4.8.2 Objetivo**

Desarrollar un cronograma para capacitar a todo el personal, proponiendo temas de interés para la empresa, en busca de mejorar el desarrollo como profesionales, e incentivar que exista mayor proyección estratégica para la empresa.

### **4.8.3 Propuestas**

#### **4.8.3.1 Sugerencias de temas para el área Administrativa, de Ventas y Servicio Técnico.**

**Tabla No. 20 Temas para capacitación**

Temas de capacitación para el área de Ventas y Servicio Técnico	
TÉCNICAS DE VENTA	Técnicas generales de venta
	Spin-Selling
	Negociación comercial
	Manejo de objeciones
	Técnicas de cierre de ventas
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	Gestión del tiempo en el área de Ventas y Servicio Técnico
	Planificación del cronograma de trabajo
	Técnicas de prospección y calificación de clientes potenciales
	Conocimiento del sector comercial
COMUNICACIÓN Y AMBIENTE LABORAL	Recibimiento del cliente
	Manejo de las relaciones interpersonales
	Comunicación interna entre los departamentos
	Comunicación externa, seguimiento al cliente
	Psicología del consumidor

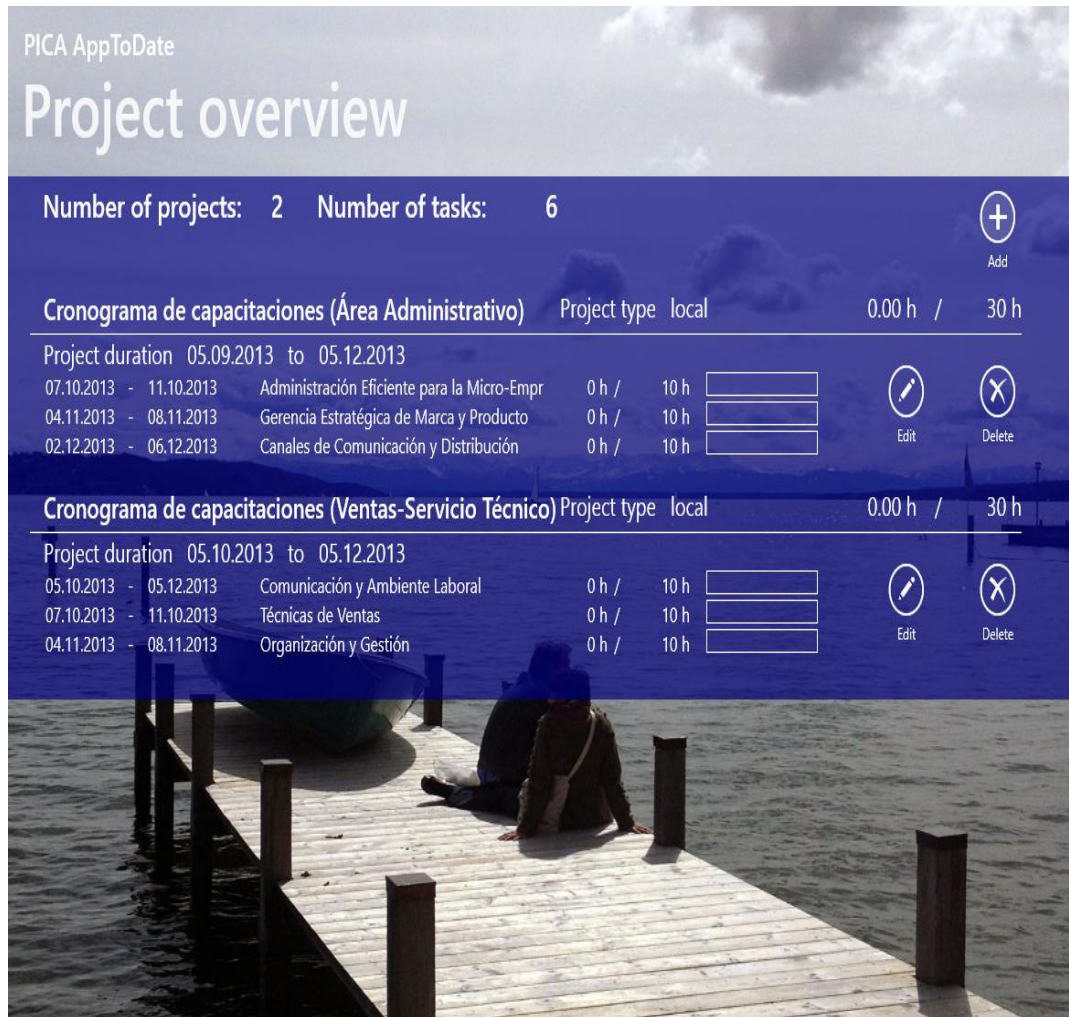
Temas de capacitación para el área Administrativa	
ADMINISTRACIÓN EFICIENTE PARA LA MICRO-EMPRESA	Principios de la Administración
	Planificación Estratégica
	Innovación continua
	Emprendimiento empresarial
	Contabilidad para empresarios
	Manejo de Inventarios
GERENCIA ESTRATÉGICA DE MARCA Y PRODUCTO	Introducción a la gerencia de Marca y Producto
	Proceso práctico de Branding y Posicionamiento
	Comunicación integral orientada a resultados
	Marketing On-Line
CANALES DE COMUNICACIÓN	Introducción

Y DISTRIBUCIÓN	Los nuevos canales de comunicación y distribución
	Comercio Electrónico
	Ventas por e-mail
	Costos y Beneficios

Elaborado por: Alexander Corella

#### 4.8.3.1 Cronograma dirigido para el área Administrativa de Ventas y Servicio Técnico.

**Gráfico No. 34 Cronograma para capacitaciones**



Elaborado por: Alexander Corella



## CAPÍTULO 5

### EVALUACIÓN DE BENEFICIOS A OBTENERSE CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

La evaluación de beneficios que se obtiene en la aplicación del proyecto, consiste en realizar un análisis del flujo de caja, estado de resultados, considerando los ingresos y egresos de la empresa, todo proyectado para el posterior año, tomando un análisis sin la aplicación del proyecto, y posteriormente con la aplicación del proyecto, para determinar el costo beneficio del mismo.

#### **5.1 Metodología para la evaluación del beneficio del proyecto.**

Para determinar el beneficio del proyecto, se analiza el estado financiero actual de la empresa, sus variables en las ventas hasta el presente año, se constata con las ventas declaradas al SRI del año 2012, y del año 2013 con las declaraciones hasta el mes de Abril, las cuales se proyectarán hasta culminar el año.

**Tabla No.21 Ventas MOBILE Services**

		
Ventas 2012 Declaradas al SRI		
#	Mes	Ventas 2012
1	Enero	\$ 7.647,38
2	Febrero	\$ 15.397,16
3	Marzo	\$ 10.911,37
4	Abril	\$ 13.435,29
5	Mayo	\$ 19.206,96
6	Junio	\$ 24.109,16
7	Julio	\$ 19.724,62
8	Agosto	\$ 20.655,74
9	Septiembre	\$ 13.176,39
10	Octubre	\$ 16.312,55
11	Noviembre	\$ 18.110,71
12	Diciembre	\$ 25.460,07
Total		\$ 204.147,40

Elaborado por: Alexander Corella

Fuente: Declaraciones SRI 2012 de la Empresa MOBILE Services

### **5.1.1 Método de incremento de porcentajes relativos**

El método de incremento de porcentajes relativos, permite determinar el porcentaje de variaciones en distintos períodos con respecto al dato anterior, para posteriormente determinar el promedio de las variaciones.


Para el proyecto se hará un análisis con los datos de la empresa en ventas netas declaradas al SRI del año 2012, donde se determinará el promedio de ventas que tuvo la empresa ese año, posteriormente se proyectará las ventas del 2013 con los datos ya declarados de enero hasta abril de este año, para poder pronosticar la venta total del 2013, de la misma forma se obtendrá un promedio de ventas, el cual se comparará con

el ya obtenido del año 2012, para poder concluir con la tendencia en el incremento en ventas de la empresa.

Fórmula para el cálculo del porcentaje de variación en donde Y = Ventas y n= Número de meses o años:

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{Y_n - (Y_{n-1})}{Y_{n-1}}$$

**Tabla No.22 Proyección de Ventas 2013**

				
Ventas 2012 Declaradas al SRI				
Mes	Ventas 2012 (Y)	Yn-(Yn-1)	Yn-(Yn-1)/Yn-1	Porcentaje
Enero	\$ 7.647,38			
Febrero	\$ 15.397,16	\$ 7.749,78	1,013390207	101%
Marzo	\$ 10.911,37	-\$ 4.485,79	-0,291338792	-29%
Abril	\$ 13.435,29	\$ 2.523,92	0,231311009	23%
		\$ 5.771,67	0,429590281	43%
Mayo	\$ 19.206,96			
Junio	\$ 24.109,16	\$ 4.902,20	0,255230396	26%
Julio	\$ 19.724,62	-\$ 4.384,54	-0,181861998	-18%
Agosto	\$ 20.655,74	\$ 931,12	0,047205979	5%
Septiembre	\$ 13.176,39	-\$ 7.479,35	-0,362095476	-36%
Octubre	\$ 16.312,55	\$ 3.136,16	0,238013599	24%
Noviembre	\$ 18.110,71	\$ 1.798,16	0,110231693	11%
Diciembre	\$ 25.460,07	\$ 7.349,36	0,405801871	41%
<b>Total</b>	<b>\$ 204.147,40</b>	<b>\$ 17.812,69</b>	<b>\$ 1,895478767</b>	<b>51%</b>

Elaborado por: Alexander Corella

Fuente: Declaraciones de la empresa MOBILE Services al SRI año 2012

Con el fin de obtener una mayor precisión en el estudio, el cálculo de la variación de porcentaje se tomará únicamente los datos de las ventas del segundo semestre, ya que las variaciones de los primeros meses al comenzar la actividad comercial de la empresa son muy cambiantes.

$$\text{Promedio de la varicion} = \frac{\text{del incremento de porcentajes de variación}}{n - 1}$$

$$\text{Promedio de la variciones} = \frac{0,51252606}{8 - 1}$$

$$\text{Promedio de la variciones} = 0,07322$$

$$\text{Promedio de la variciones} = 7,32\%$$

En el año 2012 la empresa MOBILE Services tuvo un incremento promedio de 7,32% en las ventas.

**Tabla No.23 Cálculo de la variación de porcentaje para el año 2013.**

				
Ventas 2013 Declaradas hasta el mes de Marzo				
Mes	Ventas (Y)	Yn-(Yn-1)	Yn-(Yn-1)/Yn-1	Porcentaje
Enero	\$ 12.870,11			
Febrero	\$ 16.710,16	\$ 3.840,05	0,298369633	29,84%
Marzo	\$ 16.893,07	\$ 182,91	0,010946035	1,09%
Abril	\$ 14.728,94	-\$ 2.164,13	-0,128107561	-12,81%
<b>Total</b>	<b>\$ 61.202,28</b>	<b>\$ 1.858,83</b>	<b>0,1812081</b>	<b>18,1%</b>

Elaborado por: Alexander Corella


Fuente: Declaraciones de la empresa MOBILE Services al SRI año 2012

$$\text{Promedio de la variciones} = \frac{0,1812081}{4 - 1}$$

$$\text{Promedio de la variciones} = 0,0604027$$

$$\text{Promedio de la variciones} = 6,04\%$$

**Tabla No.24 Ventas proyectadas 2013**

			
Proyección de ventas (PV) hasta el mes de diciembre del 2013			
Mes	Porcentaje (PV)	Yn+Yn(%PV)	Proyección de Ventas
Mayo	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 15.618,6078
Junio	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 16.562,0139
Julio	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 17.562,4043
Agosto	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 18.623,2210
Septiembre	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 19.748,1138
Octubre	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 20.940,9533
Noviembre	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 22.205,8435
Diciembre	6,04%	Yn+Yn(%PV)	\$ 23.547,1364
			\$ 154.808,2940
<b>Total Ventas 2013</b>			<b>\$ 216.010,5740</b>

Elaborado por: Alexander Corella

Fuente: Declaraciones de la empresa MOBILE Services al SRI año 2013


$$\text{Total Ventas 2013} = \text{Ventas declaradas al SRI} + \text{Proyección de Ventas}$$

$$\text{Total Ventas 2013} = \$ 61.202,28 + \$ 154.808,2940$$

$$\text{Total Ventas 2013} = \$216.010,5740$$

Para el pronóstico de ventas hasta el año 2015, se realizará un promedio entre los porcentajes de los promedios de variación del 2012, y la variación de este año con el pronóstico de las ventas del año 2013.

**Tabla No.25 Pronóstico de ventas hasta el año 2017**

				
Ventas hasta el 2013, sin la aplicación del proyecto				
Año	Ventas (Y)	Yn-(Yn-1)	Yn-(Yn-1)/Yn-1	%
2012	\$ 204.147,40		0,073218009	7,32%
2013	\$ 216.010,57	\$8.863,17	0,04341554	4,28%
	\$ 420.157,97	\$8.863,17	0,11663355	12%
Pronóstico de ventas hasta el 2015, sin la aplicación del proyecto				
Año	Incremento Promedio	Pronóstico		
2014	\$ 0,058	\$228.539,71		
2015	\$ 0,058	\$241.795,56		
2016	\$ 0,058	\$255.820,28		
2017	\$ 0,058	\$270.658,47		

Dato histórico, del promedio del porcentaje de variación año 2012

Elaborado por: Alexander Corella

Fuente: Declaraciones de la empresa MOBILE Services al SRI años 2012-2013

En promedio la tendencia en el incremento de las ventas de la empresa, es del 5,83% por año, sin la aplicación del proyecto.

## **5.2 Formulación de los escenarios para la evaluación de los beneficios en la aplicación del Proyecto.**

Uno de los fines más primordiales en la aplicación del proyecto, es alcanzar el incremento de las ventas. Se determinó que la empresa en promedio obtiene en


promedio un incremento en ventas del 5,80%. Para la aplicación se presentará en tres escenarios, optimista, esperado y pesimista, en donde los escenarios en el año 2013 tendrán una variación del 5% al ya calculado como esperado.

### 5.3 Pronóstico de estados de Resultados para el periodo 2012-2016

#### 5.3.1 Sin la aplicación del proyecto.

##### 5.3.1.1 Ventas

**Tabla No.26 Ventas proyectadas 2017 sin la aplicación del Proyecto**

					
Ventas 2012-2017, sin la aplicación del proyecto					
Esperado					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$204.147,40	\$216.010,57	\$228.539,19	\$241.794,46	\$255.818,54	\$270.656,01
Ventas 2012-2017, sin la aplicación del proyecto					
Optimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$204.147,40	\$226.811,10	\$241.794,46	\$255.818,54	\$270.656,01	\$286.354,06
Ventas 2012-2017, sin la aplicación del proyecto					
Pesimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$204.147,40	\$205.210,05	\$217.112,23	\$229.704,74	\$243.027,61	\$257.123,21

Elaborado por: Alexander Corella

### 5.3.1.2 Costo de Venta y Gastos Administrativos

Ya que se conoce el pronóstico en ventas sin la aplicación del proyecto en los diferentes escenarios, para los costos de venta y gastos de la empresa, se basara su proyección por la inflación que se mostrará en el cuadro siguiente.

**Tabla No. 27 Variación de la Inflación**

	
Abril-30-2013	0,18%
Marzo-31-2013	0,44%
Febrero-28-2013	0,18%
Enero-31-2013	0,50%
Diciembre-31-2012	-0,19%
Noviembre-30-2012	0,14%
Octubre-31-2012	0,09%
Septiembre-30-2012	1,12%
Agosto-31-2012	0,29%
Julio-31-2012	0,26%
Junio-30-2012	0,18%
Mayo-31-2012	-0,19%
Abril-30-2012	0,16%
Marzo-31-2012	0,90%
Febrero-29-2012	0,78%
Enero-31-2012	0,57%
<b>Total</b>	<b>5,41%</b>

Elaborado por: Alexander Corella  
Fuente: Banco Central del Ecuador




$$\text{Promedio de la varicion} = \frac{\text{del incremento de porcentajes de variación}}{n}$$

$$\text{Promedio de la varicion} = \frac{5,41\%}{16}$$

$$\text{Promedio de la varicion} = 0,34\%$$

Para determinar el incremento del costo de venta, de los próximos años, para el escenario esperado se basará en el promedio de variación de la Inflación 0,34%, para el escenario optimista el -0,19, para el escenario pesimista el 1,12%.

**Tabla No.28 Proyección Costo de venta**

					
Costo de Venta					
Esperado					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$57.161,27	\$57.355,62	\$57.550,63	\$57.746,30	\$57.942,64	\$58.139,64
Optimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$57.161,27	\$57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30
Pesimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$57.161,27	\$57.847,21	\$58.541,37	\$59.243,87	\$59.954,79	\$60.674,25


Elaborado por: Alexander Corella

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias MOBILE Services 2012

Para la proyección del Gasto (Administrativo y Ventas), se basa de igual manera en el porcentaje de variación de la inflación, pero el Gerente de la empresa, tiene en sus

planes incrementar cada año un colaborador más promedio para la empresa, para su cálculo se va a incrementar adicional 3% por el incremento en el rol de pago.

**Tabla No.29 Proyección Gasto Administrativo y Ventas**

					
Gastos Administrativos y Ventas					
Esperado					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$150.440,40	\$155.465,11	\$160.657,64	\$166.023,61	\$171.568,80	\$177.299,20
Optimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$150.440,40	\$154.667,78	\$159.013,94	\$163.482,23	\$168.076,08	\$172.799,02
Pesimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$150.440,40	\$156.638,54	\$163.092,05	\$169.811,45	\$176.807,68	\$184.092,15


Elaborado por: Alexander Corella


Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias MOBILE Services 2012

### 5.3.1.3 Flujo de Caja


El flujo de caja muestra todas las entradas y salidas, refleja la utilidad neta de la empresa. Para el estudio se identificara los flujos de Caja sin y con la aplicación del proyecto.

**Tabla No. 30 Flujo de caja sin la aplicación del Proyecto**

						
Flujo de Caja sin la Aplicación del Proyecto						
Esperado						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$204.147,40	\$216.010,57	\$228.539,19	\$241.794,46	\$255.818,54	\$270.656,01
Costo de Ventas	\$57.161,27	\$57.355,62	\$57.550,63	\$ 57.746,30	\$57.942,64	\$58.139,64
Utilidad Bruta	\$149.986,13	\$158.654,96	\$170.988,56	\$184.048,16	\$197.875,90	\$212.516,37
Gastos (Adm. y Ventas)	\$150.440,40	\$155.465,11	\$160.657,64	\$166.023,61	\$171.568,80	\$177.299,20
Flujo Operacional	\$ (3454,27)	\$3.189,85	\$10.330,92	\$18.024,55	\$26.307,10	\$ 35.217,18

						
Flujo de Caja sin la Aplicación del Proyecto						
Optimo						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$204.147,40	\$226.811,10	\$241.794,46	\$255.818,54	\$270.656,01	\$286.354,06
Costo de Ventas	\$57.161,27	\$57.052,66	\$56.944,26	\$56.836,07	\$56.728,08	\$56.620,30
Utilidad Bruta	\$149.986,13	\$169.758,44	\$184.850,20	\$198.982,47	\$213.927,93	\$229.733,77


Gastos (Adm. y Ventas)	\$150.440,40	\$154.667,78	\$159.013,94	\$163.482,23	\$168.076,08	\$172.799,02
Flujo Operacional	\$ (3454,27)	\$15.090,66	\$25.836,26	\$35.500,24	\$45.851,85	\$56.934,75

						
Flujo de Caja sin la Aplicación del Proyecto						
Optimo						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$204.147,40	\$205.210,05	\$217.112,23	\$229.704,74	\$243.027,61	\$257.123,21
Costo de Ventas	\$57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30
Utilidad Bruta	\$149.986,13	\$148.157,38	\$160.167,96	\$172.868,67	\$186.299,53	\$200.502,92
Gastos (Adm. y Ventas)	\$150.440,40	\$156.758,90	\$163.342,77	\$170.203,17	\$177.351,70	\$184.800,47
Flujo Operacional	\$ (3454,27)	\$ (8.601,52)	\$ (3.174,81)	\$2.665,50	\$ 8.947,83	\$15.702,44

Elaborado por: Alexander Corella

### 5.3.1.4 Estados y Resultados

**Tabla No. 31 Estado de Resultados sin la aplicación del Proyecto**


						
Estados y Resultados sin la Aplicación del Proyecto						
Esperado						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 216.010,57	\$ 228.539,19	\$ 241.794,46	\$ 255.818,54	\$ 270.656,01
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.355,62	\$ 57.550,63	\$ 57.746,30	\$ 57.942,64	\$ 58.139,64
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 158.654,96	\$ 170.988,56	\$ 184.048,16	\$ 197.875,90	\$ 212.516,37
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 155.465,11	\$ 160.657,64	\$ 166.023,61	\$ 171.568,80	\$ 177.299,20
Utilidad Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 3.189,85	\$ 10.330,92	\$ 18.024,55	\$ 26.307,10	\$ 35.217,18
Participación Trabajadores 15%	\$ -	\$ 478,48	\$ 1.549,64	\$ 2.703,68	\$ 3.946,07	\$ 5.282,58
Utilidad antes imp.rent	\$ -	\$ 2.711,37	\$ 8.781,28	\$ 15.320,87	\$ 22.361,04	\$ 29.934,60
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ 677,84	\$ 2.195,32	\$ 3.830,22	\$ 5.590,26	\$ 7.483,65
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 2.033,53	\$ 6.585,96	\$ 11.490,65	\$ 16.770,78	\$ 22.450,95
Reserva Legal 5%	\$ -	\$ 101,68	\$ 329,30	\$ 574,53	\$ 838,54	\$ 1.122,55
Utilidad Neta	\$ (-3454,27)	\$ 1.931,85	\$ 6.256,66	\$ 10.916,12	\$ 15.932,24	\$ 21.328,40
Estados y Resultados sin la Aplicación del Proyecto						
Optimo						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 207.147,40	\$ 226.811,10	\$ 241.794,46	\$ 255.818,54	\$ 270.656,01	\$ 286.354,06
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30

Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 169.758,44	\$ 184.850,20	\$ 198.982,47	\$ 213.927,93	\$ 229.733,77
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 154.667,78	\$ 159.013,94	\$ 163.482,23	\$ 168.076,08	\$ 172.799,02
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 15.090,66	\$ 25.836,26	\$ 35.500,24	\$ 45.851,85	\$ 56.934,75
Participación Trabajadores 15%	\$ -	\$ 2.263,60	\$ 3.875,44	\$ 5.325,04	\$ 6.877,78	\$ 8.540,21
Utilidad antes imp.rent	\$ -	\$ 12.827,06	\$ 21.960,82	\$ 30.175,20	\$ 38.974,07	\$ 48.394,53
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ 3.206,77	\$ 5.490,20	\$ 7.543,80	\$ 9.743,52	\$ 12.098,63
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 9.620,30	\$ 16.470,61	\$ 22.631,40	\$ 29.230,56	\$ 36.295,90
Reserva Legal 5%	\$ -	\$ 481,01	\$ 823,53	\$ 1.131,57	\$ 1.461,53	\$ 1.814,80
Utilidad Neta	\$ (-3454,27)	\$ 9.139,28	\$ 15.647,08	\$ 21.499,83	\$ 27.769,03	\$ 34.481,11
<b>Estados y Resultados sin la Aplicación del Proyecto</b>						
<b>Pesimista</b>						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 205.210,05	\$ 217.112,23	\$ 229.704,74	\$ 243.027,61	\$ 257.123,21
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 148.157,38	\$ 160.167,96	\$ 172.868,67	\$ 186.299,53	\$ 200.502,92
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 156.758,90	\$ 163.342,77	\$ 170.203,17	\$ 177.351,70	\$ 184.800,47
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ (8.601,52)	\$ (3.174,81)	\$ 2.665,50	\$ 8.947,83	\$ 15.702,44
Participación Trabajadores 15%	\$ -	\$ (1.290,23)	\$ (476,22)	\$ 399,83	\$ 1.342,17	\$ 2.355,37
Utilidad antes imp.rent	\$ -	\$ (7.311,29)	\$ (2.698,59)	\$ 2.265,68	\$ 7.605,66	\$ 13.347,08
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ (1.827,82)	\$ (674,65)	\$ 566,42	\$ 1.901,41	\$ 3.336,77
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ (5.483,47)	\$ (2.023,94)	\$ 1.699,26	\$ 5.704,24	\$ 10.010,31
Reserva Legal 5%	\$ -	\$ (274,17)	\$ (101,20)	\$ 84,96	\$ 285,21	\$ 500,52
Utilidad Neta	\$ (-3454,27)	\$ (5.209,29)	\$ (1.922,74)	\$ 1.614,29	\$ 5.419,03	\$ 9.509,79

Elaborado por: Alexander Corella

### 5.3.2 Con la Aplicación del Proyecto

#### 5.3.2.1 Costo del Plan de Mejoramiento

							
Costo Total del Plan de Mejoramiento							
Proceso	Actividades	Responsable	# de Personas	Duración (Trimestre)	Recursos	Costo (Trimestre)	Costo Anual
Aumentar las Ventas	*Aplicar promociones eventuales	Presidenta	1	24h	Correos Masivos	\$ -	\$ -
	*Dar cursos de Ventas al personal	Gerente	4	10h	Materiales, Costo del Cursos	\$ 360,00	\$ 1.440,00
	*Aumentar la publicidad de la Empresa	Presidenta	1	20h	Volantes, Redes sociales	\$ 90,00	\$ 360,00
Sólida Base Financiera	*Análisis de los estados financieros de la empresa	Gerente Contador	2	12h	Computador, Estados Financieros	\$ -	\$ -
Maximizar Oportunidades de Negocios	*Realizar un cronograma de actividades dedicadas a la investigación	Gerente	1	6h	Computador	\$ -	\$ -
	*Investigar eventos de negocios relacionados con su actividad comercial	Gerente	1		Suscripción revistas de Economía, Internet	\$ 30,00	\$ 120,00
Mejorar el criterio de Endeudamiento	*Cursos de capacitación de Manejos de Capital, Planificación Estratégica.	Gerente	1	10h	Costo del Curso	\$ 150,00	\$ 600,00
Optimizar el canal de comunicación (Cliente Interno)	*Elaborar Focus-Group para el personal Interno	Presidenta	8	6h	Materiales Didácticos	\$ 15,00	\$ 60,00
Mejorar el proceso de comunicación (Cliente Externo)	*Rediseñar el proceso de comunicación con el personal	Gerente	8	∞	Material para adecuar el proceso, SMS	\$ 35,94	\$ 143,76

Implementar Proceso de Post-Venta	*Crear una base con datos digitales para poder tener continuidad con el cliente	Vendedores	4	∞	Hojas de Trabajo rediseñadas, Imprenta	\$ 30,00	\$ 120,00
Proceso de Marketing	*Capacitación para manejar criterios de merchandising y Redes Sociales.	Presidenta	1	10h	Costo del Curso	\$ 120,00	\$ 480,00
	*Potencializar el Marketing Oline (Pág.web, Redes Sociales)	Presidenta	1	∞	Internet	\$ -	\$ -
Aumentar Índice de satisfacción del cliente	*Rediseñar las órdenes de trabajo, añadir encuesta personalizada	Vendedores	4	∞	Hojas de Trabajo rediseñadas, Imprenta	\$ 30,00	\$ 120,00
Fidelizar Cliente	*Mantener la comunicación e interactividad con clientes, e-mails personalizados	Vendedores Presidenta	5	∞	Internet	\$ -	\$ -
Cumplir los Plazos de entrega (Área Comercial, Área Servicio Técnico)	*Estandarizar tiempos en los plazos de entrega, dividirlos en tres estados de prioridad (Alta, Media, Baja)	Técnicos Vendedores	6	∞	Caja con Divisiones	\$ 20,00	\$ 20,00
Posicionar la marca de la empresa en la mente del consumidor.	*Implementar el "Database"	Vendedores Presidenta	5	∞	Hojas de Trabajo rediseñadas, Imprenta	\$ 15,00	\$ 60,00
Fortalecer las áreas donde se destaca la Empresa	*Potencializar las Fortalezas de la empresa, transcribir y estandarizar los procesos destacados	Todo el Personal	8	∞	—	\$ -	\$ -
<b>Total</b>						<b>\$ 895,94</b>	<b>\$ 3.523,76</b>


Elaborado por: Alexander Corella



### 5.3.2.2 Ventas

El proyecto tiene como finalidad duplicar el incremento del promedio de variación, pero al tratarse de un plan operativo, se evidenciara en los años posteriores se utilizará un incremento del 50% en la aplicación del plan de mejoramiento.


**Tabla No. 33 Proyección de ventas con la aplicación del Proyecto**

					
Ventas 2012-2017, con la aplicación del proyecto					
Esperado					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$204.147,40	\$234.803,49	\$255.231,40	\$277.436,53	\$301.573,51	\$327.810,40
Ventas 2012-2017, con la aplicación del proyecto					
Optimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$204.147,40	\$246.543,67	\$267.992,97	\$291.308,36	\$316.652,18	\$344.200,92
Ventas 2012-2017, con la aplicación del proyecto					
Pesimista					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$204.147,40	\$223.063,32	\$242.469,83	\$263.564,70	\$286.494,83	\$311.419,88

Elaborado por: Alexander Corella

### 5.3.2.3 Flujo de Caja

**Tabla No. 34 Flujo de caja con la aplicación del Proyecto**


						
Flujo de Caja con la Aplicación del Proyecto						
Esperado						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 234.803,49	\$ 255.231,40	\$ 277.436,53	\$ 301.573,51	\$ 327.810,40
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.549,97	\$ 57.941,31	\$ 58.335,31	\$ 58.731,99	\$ 59.131,36
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 177.253,53	\$ 197.290,09	\$ 219.101,22	\$ 242.841,52	\$ 268.679,04
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 155.465,11	\$ 160.657,64	\$ 166.023,61	\$ 171.568,80	\$ 177.299,20
Gasto Plan Operativo		\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 18.264,66	\$ 33.108,69	\$ 49.553,85	\$ 67.748,96	\$ 87.856,08
Flujo de Caja con la Aplicación del Proyecto						
Optimo						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 246.543,67	\$ 267.992,97	\$ 291.308,36	\$ 316.652,18	\$ 344.200,92
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30

Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 189.491,00	\$ 211.048,70	\$ 234.472,29	\$ 259.924,10	\$ 287.580,63
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 154.667,78	\$ 159.013,94	\$ 163.482,23	\$ 168.076,08	\$ 172.799,02
Gasto del Plan Operativo		\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 31.299,47	\$ 48.511,00	\$ 67.466,30	\$ 88.324,26	\$ 111.257,85
<b>Flujo de Caja con la Aplicación del Proyecto</b>						
<b>Optimo</b>						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 223.063,32	\$ 242.469,83	\$ 263.564,70	\$ 286.494,83	\$ 311.419,88
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 166.010,66	\$ 185.525,56	\$ 206.728,63	\$ 229.766,75	\$ 254.799,59
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 156.758,90	\$ 163.342,77	\$ 170.203,17	\$ 177.351,70	\$ 184.800,47
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 9.251,76	\$ 22.182,79	\$ 36.525,47	\$ 52.415,05	\$ 69.999,11

Elaborado por: Alexander Corella

### 5.3.2.4 Estados de Resultados

**Tabla No. 32 Proyección de Estados de Resultados con la aplicación del Proyecto**


						
Estados de Resultados con la Aplicación del Proyecto						
Esperado						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 234.803,49	\$ 255.231,40	\$ 277.436,53	\$ 301.573,51	\$ 327.810,40
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.549,97	\$ 57.941,31	\$ 58.335,31	\$ 58.731,99	\$ 59.131,36
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 177.253,53	\$ 197.290,09	\$ 219.101,22	\$ 242.841,52	\$ 268.679,04
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 155.465,11	\$ 160.657,64	\$ 166.023,61	\$ 171.568,80	\$ 177.299,20
Gasto del Plan Operativo		\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 18.264,66	\$ 33.108,69	\$ 49.553,85	\$ 67.748,96	\$ 87.856,08
Participación Trabajadores 15%	\$ -	\$ 2.739,70	\$ 4.966,30	\$ 7.433,08	\$ 10.162,34	\$ 13.178,41
Utilidad antes imp.rent	\$ -	\$ 15.524,96	\$ 28.142,38	\$ 42.120,77	\$ 57.586,62	\$ 74.677,67
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ 3.881,24	\$ 7.035,60	\$ 10.530,19	\$ 14.396,65	\$ 18.669,42
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 11.643,72	\$ 21.106,79	\$ 31.590,58	\$ 43.189,96	\$ 56.008,25
Reserva Legal 5%	\$ -	\$ 582,19	\$ 1.055,34	\$ 1.579,53	\$ 2.159,50	\$ 2.800,41
Utilidad Neta	\$ (-3454,27)	\$ 11.061,53	\$ 20.051,45	\$ 30.011,05	\$ 41.030,47	\$ 53.207,84
Estados de Resultados con la Aplicación del Proyecto						
Optimo						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 246.543,67	\$ 267.992,97	\$ 291.308,36	\$ 316.652,18	\$ 344.200,92

Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 189.491,00	\$ 211.048,70	\$ 234.472,29	\$ 259.924,10	\$ 287.580,63
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 154.667,78	\$ 159.013,94	\$ 163.482,23	\$ 168.076,08	\$ 172.799,02
Gasto del Plan Operativo		\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76	\$ 3.523,76
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 31.299,47	\$ 48.511,00	\$ 67.466,30	\$ 88.324,26	\$ 111.257,85
Participación Trabajadores 15%	\$ -	\$ 4.694,92	\$ 7.276,65	\$ 10.119,94	\$ 13.248,64	\$ 16.688,68
Utilidad antes imp.rent	\$ -	\$ 26.604,55	\$ 41.234,35	\$ 57.346,35	\$ 75.075,62	\$ 94.569,17
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ 6.651,14	\$ 10.308,59	\$ 14.336,59	\$ 18.768,91	\$ 23.642,29
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 19.953,41	\$ 30.925,77	\$ 43.009,76	\$ 56.306,72	\$ 70.926,88
Reserva Legal 5%	\$ -	\$ 997,67	\$ 1.546,29	\$ 2.150,49	\$ 2.815,34	\$ 3.546,34
Utilidad Neta	\$ (-3454,27)	\$ 18.955,74	\$ 29.379,48	\$ 40.859,27	\$ 53.491,38	\$ 67.380,53
<b>Estados de Resultados con la Aplicación del Proyecto</b>						
<b>Optimo</b>						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 204.147,40	\$ 223.063,32	\$ 242.469,83	\$ 263.564,70	\$ 286.494,83	\$ 311.419,88
Costo de Ventas	\$ 57.161,27	\$ 57.052,66	\$ 56.944,26	\$ 56.836,07	\$ 56.728,08	\$ 56.620,30
Utilidad Bruta	\$ 149.986,13	\$ 166.010,66	\$ 185.525,56	\$ 206.728,63	\$ 229.766,75	\$ 254.799,59
Gastos (Adm. y Ventas)	\$ 150.440,40	\$ 156.758,90	\$ 163.342,77	\$ 170.203,17	\$ 177.351,70	\$ 184.800,47
Flujo Operacional	\$ (-3454,27)	\$ 9.251,76	\$ 22.182,79	\$ 36.525,47	\$ 52.415,05	\$ 69.999,11
Participación Trabajadores 15%	\$ -	\$ 1.387,76	\$ 3.327,42	\$ 5.478,82	\$ 7.862,26	\$ 10.499,87
Utilidad antes imp.rent	\$ -	\$ 7.863,99	\$ 18.855,37	\$ 31.046,65	\$ 44.552,79	\$ 59.499,25
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ 1.966,00	\$ 4.713,84	\$ 7.761,66	\$ 11.138,20	\$ 14.874,81
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 5.898,00	\$ 14.141,53	\$ 23.284,99	\$ 33.414,60	\$ 44.624,44
Reserva Legal 5%	\$ -	\$ 294,90	\$ 707,08	\$ 1.164,25	\$ 1.670,73	\$ 2.231,22
Utilidad Neta	\$ (-3454,27)	\$ 5.603,10	\$ 13.434,45	\$ 22.120,74	\$ 31.743,87	\$ 42.393,21

Elaborado por: Alexander Corella

### 5.3.3 Análisis del Incremento de la utilidad con la aplicación del proyecto

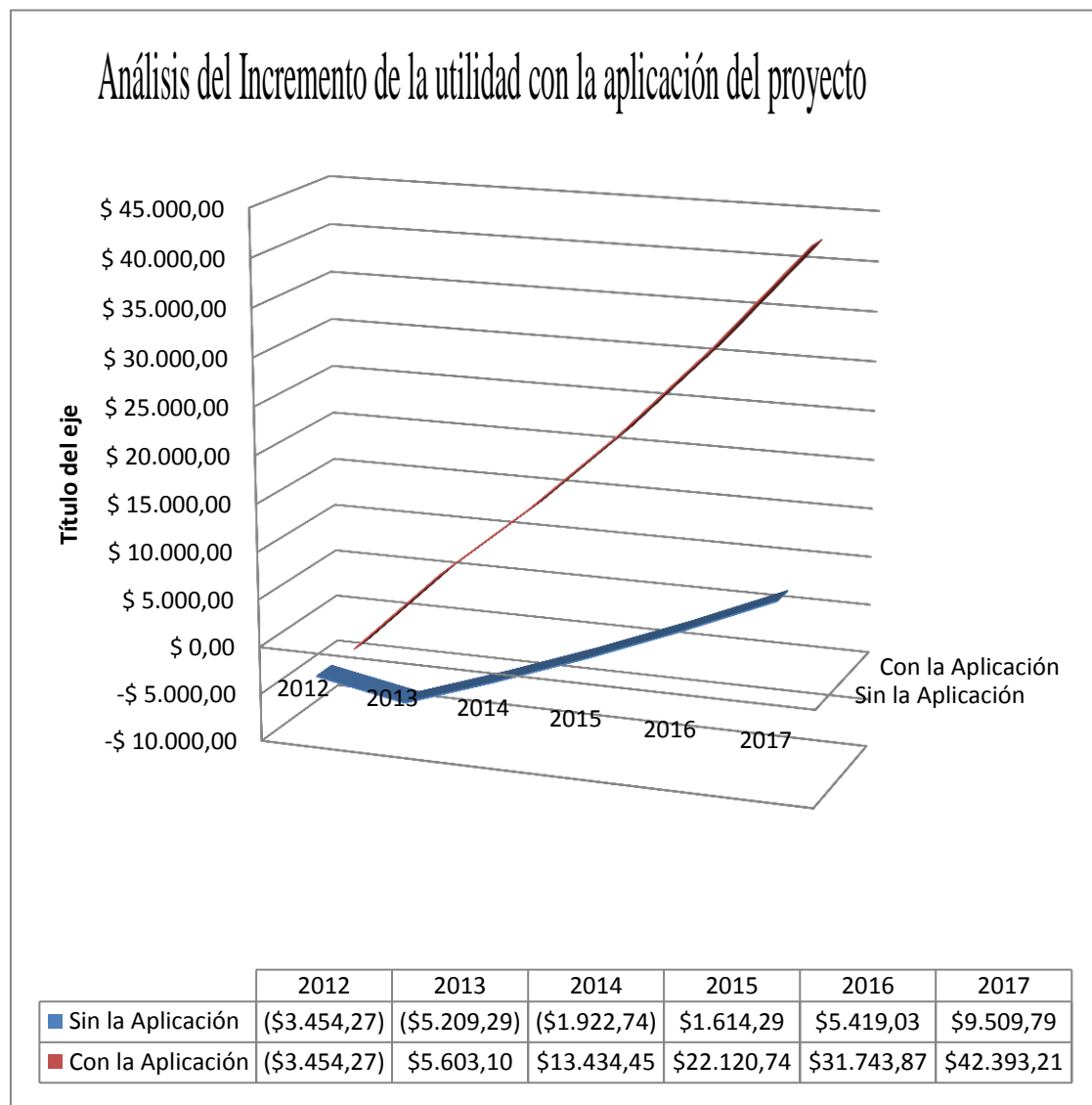
**Tabla No. 36 Incremento de la Utilidad con la Aplicación del Proyecto**

			
Proyección de la utilidad con y sin la aplicación del plan de mejoramiento			
Escenario Esperado			
Año	Sin la aplicación	Con la aplicación	Incremento
2012	\$ (-3454,27)	\$ (-3454,27)	\$ -
2013	\$ 1.931,85	\$ 11.061,53	\$ 9.129,68
2014	\$ 6.256,66	\$ 20.051,45	\$ 13.794,79
2015	\$ 10.916,12	\$ 30.011,05	\$ 19.094,93
2016	\$ 15.932,24	\$ 41.030,47	\$ 25.098,23
2017	\$ 21.328,40	\$ 53.207,84	\$ 31.879,44
Proyección de la utilidad con y sin la aplicación del plan de mejoramiento			
Escenario Optimo			
Año	Sin la aplicación	Con la aplicación	Incremento
2012	\$ (-3454,27)	\$ (-3454,27)	\$ -
2013	\$ 9.139,28	\$ 18.955,74	\$ 9.816,46
2014	\$ 15.647,08	\$ 29.379,48	\$ 13.732,39
2015	\$ 21.499,83	\$ 40.859,27	\$ 19.359,44
2016	\$ 27.769,03	\$ 53.491,38	\$ 25.722,35
2017	\$ 34.481,11	\$ 67.380,53	\$ 32.899,43
Proyección de la utilidad con y sin la aplicación del plan de mejoramiento			
Escenario Pesimista			
Año	Sin la aplicación	Con la aplicación	Incremento
2012	\$ (-3454,27)	\$ (-3454,27)	\$ -
2013	\$ (-5.209,29)	\$ 5.603,10	\$ 10.812,39
2014	\$ (-1.922,74)	\$ 13.434,45	\$ 15.357,20
2015	\$ 1.614,29	\$ 22.120,74	\$ 20.506,44
2016	\$ 5.419,03	\$ 31.743,87	\$ 26.324,84
2017	\$ 9.509,79	\$ 42.393,21	\$ 32.883,42

Elaborado por: Alexander Corella

En los tres escenarios, el incremento en la utilidad es favorable frente al costo de la aplicación del plan de mejoramiento.

**Gráfico No. 33 Análisis del incremento de la utilidad con la aplicación del proyecto**



Elaborado por: Alexander Corella

## CAPÍTULO 6

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones.

Hoy en día el mejorar se ha convertido en una necesidad primordial para cualquier empresa que busca su crecimiento, el área administrativa de la empresa MOBILE Services, tiene más de 10 años de experiencia en campo del servicio y de la comercialización de tecnologías portátiles, pero en la actualidad este medio se ha vuelto muy competitivo, donde ser reconocidos y destacarse es sustancial para buscar el crecimiento.

El proyecto de Mejoramiento tiene como finalidad encontrar las fortalezas de la empresa y potencializarlas, reconocer sus principales debilidades y proponer estrategias para solucionarlas.

La empresa siempre ha tenido en mente diferenciarse de la competencia, es así que MOBILE Services ha implementado planes de acciones que le permita mejorar su funcionalidad, los cuales en el proyecto de mejoramiento están acoplados a sus estrategias, metas, y proyectos que ya se encuentran en ejecución, como son:

\*Nuevo sistema contable para el área de ventas y servicio técnico.

La empresa junto con su Contador externo está aplicando un sistema contable digital, para controlar los ingresos y egresos de la empresa.



\*Página web, Redes Sociales

El potencial del comercio electrónico cada día gana más tendencia en nuestro país, dicho efecto la empresa lo ha percibido, creando sus portales electrónicos en las principales redes sociales como son Facebook y Twitter; y actualmente se está diseñando la página web de la empresa.

The screenshot shows a website for mobile phone repair. At the top left is the word "MOBILE" in a large, bold, yellow font. To the right of this is a button labeled "PRESUPUESTO ON-LINE VACÍO". Below the header is a navigation menu with items: "HOME", "PRESUPUESTO ON-LINE", "ACCESORIOS Y TELÉFONOS", "TRUCOS Y MANIAS", "SERVICIO AL CLIENTE", and a phone number "245 2203 - 0987020044".

The main banner features three 3D white figures holding tools (a hammer, a wrench, and a screwdriver). To their right, the text reads: "REPARA TU CELULAR CON EXPERTOS" in blue, followed by "Revisamos tu teléfono de manera gratuita y confirmamos tu presupuesto. Con tu aprobación comenzamos la reparación de tu celular".

Below the banner is a row of brand logos: SAMSUNG, Apple, LG, BlackBerry, MOTOROLA, NOKIA, Sony Ericsson, and hTC.

The page is divided into three columns:

- SERVICIO TÉCNICO:** Includes an image of hands repairing a phone and the text "Si necesitas reparar tu telefono".
- TU TELEFONO REPARADO EN TRES PASOS:** A process flow diagram with three steps: 1. A computer monitor with a document icon, 2. A smartphone, and 3. A smartphone with a person icon and a wrench.
- ACCESO:** A login section with fields for "USUARIO" and "CONTRASEÑA", and a "RECUÉRDAME" checkbox.

facebook



# REPARA TU CELULAR CON EXPERTOS

Revisamos tu teléfono de manera gratuita y confirmamos tu presupuesto. Con tu aprobación comenzamos la reparación de tu celular



**Mobile Servicio Tecnico** Te gusta Mensaje

A 142 personas les gusta esta página · 2 personas están hablando sobre esto · 0 estuvieron aquí

Agrega una categoría  
 Gaspar de Villarroel y Amazonas, Quito, EC.  
 098 702 0044  
 Cerrado hasta el Lunes 10:00 - 19:00

 Fotos Me gusta 142 Mapa

[Información](#) - [Sugerir una edición](#)

Inicio Conecta Descubre Cuenta

**Tweets**

- Siguiendo
- Seguidores
- Favoritos
- Listas

Tweet para Mobile ServicioTecn

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- Movistar Ecuador** @Movistar... Seguido por Revista LÍDERES y o... Promocionado · Seguir
- Conmebol** @CONMEBOLcom Seguido por Hincha Amarillo y otros Seguir
- Luigi Macchiavello B** @LuigiMB Seguido por Hincha Amarillo y otros



**Mobile ServicioTecn**  
@MobileTeamEc

Somos una empresa con amplia gama de equipos celulares y accesorios, con respaldo y servicio técnico garantizado y más de 15 años de experiencia.  
Quito - Ecuador · mobile.com.ec

0 TWEETS 17 SIGUIENDO 3 SEGUIDORES Siguiendo

En línea

"Desconocido" esta llamando...

Ads not by this site

**Tweets**

Para estos dos proyectos que están en ejecución, el proyecto de mejoramiento con el fin de potencializarlos, propone digitalizar la base de datos de los clientes, y aplicar un Marketing Data-Base, el cual permita mediante el correo electrónico ofrecer promociones y descuento, y a través de filtros enviar productos personalizados para satisfacer los gustos y preferencias de sus clientes, permitiendo hacerlos en términos de redes sociales “Fan” y “Seguidores” de la empresa.

El alcance que tiene el proyecto de mejoramiento para la empresa MOBILE Services es completamente positivo, porque se pudo identificar las falencias en las distintas áreas de trabajo, problemas que la empresa los percibía como pequeños y que no perjudicarían en un futuro el crecimiento de la empresa, dando como resultado en el estudio del proyecto, que esas pequeñas falencias eran los mayores impedimentos en alcance de la satisfacción del cliente.

Bajo la guía de este proyecto la empresa MOBILE Services, ha conseguido mejorar no solo estratégicamente, sino también a nivel administrativo, implementando herramientas básicas pero fundamentales de administración, como es la estructura organizacional, manual de funciones, y FODA.

Los costos de la aplicación del proyecto, son plenamente justificados con el pronóstico de los tres escenarios, tanto en el incremento de las ventas, flujo de caja, y utilidad neta que va a obtener la empresa.

## **6.2 Recomendaciones**

Antes de la aplicación de este proyecto, se recomienda que el gerente de la empresa MOBILE Services, prepare a sus colaboradores para la implementación de las nuevas estrategias propuestas en el proyecto de mejoramiento, ya que es nato del ser humano el sentir miedo o rechazo a futuros cambios, aun siendo que éstos sean positivos, el personal debe estar preparado para ellos.

Un proyecto de mejoramiento no solo se basa en la aplicación, el éxito del mismo es que su desarrollo sea constante, durante cada día de trabajo a partir de su implementación se deben emplear las estrategias que este proyecto propone, con el fin de obtener las ganancias en los pronósticos de ventas ya establecidos.

Se recomienda al gerente de la empresa MOBILE Services, que sea el principal en convencerse del potencial que tiene este proyecto, para que lo transmita a sus demás colaboradores, y que no lo considere como un gasto innecesario, sino como una inversión a favor de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:


- *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. México D. F. MX. Mc Graw-Hill. CHIAVENATO, Idalberto (1993).
- *Fundamentos de Marketing*, sexta edición, KOTLER, Philip (2003).
- *Metodología de la Investigación*, segunda edición, BERNAL, C (2000).
- *Administrativo, tercera* edición. CHIAVENATO Idalberto.
- *Contabilidad General*, novena edición, BRAVO, Mercedes.
- *Introducción A La Investigación De Mercados*, SANZ, Merino Jesús María,
- *Fundamentos de Marketing*, octava edición, KOTLER, Philip.
- *Mediciones Y Presupuestos*, GONZÁLEZ Fernández de Valderrama, Fernando.
- *Finanzas para Universitarios*; GONZÁLEZ Arias-
- *Emprendedores*, primera edición MEYER, Pedro.
- *Marketing Con Visión De Futuro*, ROBBEN, HENRY; EZCURRA, LEÓN; GOUW, PETER; MOENAERT, RUDY.
- *Aspectos Prácticos De La Gestión De Empresas*, GARRIDO, Santiago; SOLÓRZANO García.
- *Dirección De Ventas*, ARTAL CASTELLS, Manuel.
- *Metodología de la investigación*, segunda edición, BERNAT Cesar Augusto.
- *Introducción a la investigación de mercados*, MERINO SANZ, María Jesús.

## Páginas web

- [www.ecuadorencifras.com/](http://www.ecuadorencifras.com/)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa\\_m%C3%B3vil](http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil)
- [http://www.monografias.com/trabajos34/telefon%C3%ADa\\_celular/telefon%C3%ADa\\_celular.shtml](http://www.monografias.com/trabajos34/telefon%C3%ADa_celular/telefon%C3%ADa_celular.shtml)
- [http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/penetracion-de-telefon%C3%ADa\\_movil-en-ecuador-llega-al-87-de-poblacion-368780.html](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/penetracion-de-telefon%C3%ADa_movil-en-ecuador-llega-al-87-de-poblacion-368780.html)
- <http://www.monografias.com/trabajos10/carolin/carolin.shtml>
- <http://www.buenastareas.com/temas/los-primeros-computadores-ports-algunas-de-sus-caracter%C3%ADsticas/660>
- [www.todoar.com/ir.php?nreg=c5689122f22217ec](http://www.todoar.com/ir.php?nreg=c5689122f22217ec)
- <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/22000/941/1/T-PUCE-0555.pdf>
- <http://www.iiss.org/whats-new/iiss-in-the-press/may-2011/coqueteos-de-farc-con-los-ex-presidentes-noboa-gutierrez-y-palacio/>
- <http://www.rfidecuador.com/>
- *Android y iOS controlan el 85% del mercado de los smartphones (09/08/2012).* [http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2012/08/09/Editorial\\_21252.php](http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2012/08/09/Editorial_21252.php)
- Jacqueline W. (14/07/2010). *Población y muestra.* <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>.
- Stephen J. *Cuidado con los clientes insatisfechos, hablan demasiado*, (2006) <http://www.encontrarse.com/notas/pvernota.php3?nnota=41631>

**ANEXOS:**

**Anexo 01:** Fotografía del modelo de Factura

 **MOBILESERVICES**  
SOLUCIONES TECNOLOGICAS CIA. LTDA.  
RUC. 1792318149001 - AUT. SRI. 1111004691

MATRIZ: Av. Gaspar de Villarroel E4-142 y Av. Amazonas (llaquito) Telf.: 02 2452-203  
SUCURSAL: C.C.El Recreo - Local A58 (frente a Multicines) - Telf.: 023110-892

**FACTURA** 001-001-00 **0002938**

Fecha:  
Cliente:  
Dirección:  
Ruc./C.I.: Telf.:

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
VALIDO SU EMISION HASTA 21 ABRIL 2013		SUBTOTAL	
		IVA 0 %	
		IVA 12 %	
FIRMA AUTORIZADA		TOTAL \$	
CLIENTE			

INSERCIÓN E IMPRESIÓN LEO - Patricia Tellesoro Cárdenas Benítez - RUC: 1708438708001  
Aut. 1948 - Telf.: 2238-821 - Fecha Autorización 21 ABRIL 2012 del 2001 al 2000

ORIGINAL: CLIENTE  
COPIA: EMISOR






**Anexo 03: Balance General, Estado de Resultados, Ventas y Compras declarados al SRI**

2012

Imprimir

Page 1 of 1

		<b>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS COMPROBANTE ELECTRONICO PARA PAGO</b>	
Identificación de pago		Declaración sin valor a pagar	
Número de identificación		1792318149001	
CEP#(Número de Serie)		870738592606	
Código Impuesto		1021	
Impuesto		Renta Sociedades	
Tipo de Formulario		101	
<b>RESUMEN DE DATOS</b>			
Razón Social		MOBILESERVICES SOLUCIONES TECNOLOGICAS CIA LTDA.	
Periodo Fiscal		2012	
Fecha de Declaración		08/04/2013	
Hora de Declaración		02:44:38 PM	
Fecha de Vencimiento		16/04/2013	
Fecha Máxima de Pago		08/04/2013	
<b>VALORES A PAGAR</b>			
Total Impuesto a Pagar		\$ 0.00	
Intereses por mora		\$ 0.00	
Multa		\$ 0.00	
<b>Total</b>		<b>\$ 0.00</b>	
<b>FORMAS DE PAGO</b>			
Débito Bancario, Efectivo, Cheque		\$ 0.00	
Compensaciones		\$ 0.00	
Notas de Crédito Cartulares		\$ 0.00	
Notas de Crédito Desmaterializadas		\$ 0.00	

<https://declaraciones.sri.gov.ec/rec-declaraciones-internet/recepcion/detalleComproba...> 08/04/2013

**MOBILESERVICIOS CIA. LTDA.**  
**Balance General**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012**  
**(Expresados en US Dólares)**

Activos	\$	Pasivos	\$
Corriente		Corriente	
Efectivo en caja y bancos	1,852.00	Cuentas por pagar	44,257.25
Cuentas por cobrar:		Proveedores	425.01
Clientes	6,839.95	Obligaciones Fiscales	42,478.12
Anticipo de Proveedores	0.00	Préstamos accionistas locales	3,250.00
Préstamos a terceros	0.00	Sueldos por pagar	512.50
Credito tributario Renta	1,341.47	Less por pagar	12,200.00
Inventarios	0.00	Préstamos bancarios	12,200.00
Mercadería	51,270.90	<b>Total Pasivos</b>	<b>103,122.88</b>
<b>Total activo circulante</b>	<b>61,304.32</b>		
Activos Fijos		Patrimonio	
Edificios	0.00	Capital social	1,000.00
Muebles y Enseres	8,000.00		
Equipo de Computación	4,000.00	Resultados	
Vehiculos	35,705.36	Utilidades Acumuladas	(3,454.27)
Equipo de Oficina	0.00	Utilidad (Pérdida) del Ejercicio	(3,454.27)
(-) Depreciación acumulada	(8,341.07)	<b>Total Resultados</b>	<b>(2,454.27)</b>
	<b>39,364.29</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>(2,454.27)</b>
<b>Total activos</b>	<b>100,668.61</b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>100,668.61</b>

Alvaro Domínguez Tamayo  
Gerente General

Washington Corcella Ortega  
Contador  
REG. No. 17-716

**MOBILESERVICES CIA LTDA**  
**Estado de Pérdidas y Ganancias**  
**Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2012**  
*(Expresado en USD)*

**INGRESOS**

<b>Ventas Locales</b>	
Equipos Partes y Piezas	142,903.18
Servicios de mantenimiento	61,244.22
Comisión en Ventas	0.00
<b>Total Ingresos</b>	<b>204,147.40</b>

**Costo de Ventas**

INV INICIAL	15,653.82
COMPRAS	92,778.35
INV FINAL	(51,270.90)

**Total costo de ventas** 57,161.27

**Utilidad (Pérdida) Bruta** 146,986.13

**Gastos de Administración y Ventas**

Gastos Generales	19,350.71
Sueldos-Decimos-IESS	36,150.00
Depreciacion activos	8,341.07
Gastos ventas	86,598.62

**TOTAL EGRESOS** 150,440.40

**TOTAL COSTOS - EGRESOS** 207,601.67


**Utilidad operacional** (3,454.27)

Otros (Ingresos) y gastos

Financieros, neto	0.00
	<u>0.00</u>

**Utilidad (Pérdida) del Periodo** (3,454.27)

\_\_\_\_\_  
Alvaro Dominguez Tamayo  
Gerente General

  
Washington Corella Ortega  
Contador

## VENTAS Y COMPRAS DEL 2012 SEGÚN SRI

MES	VENTAS	COM. 12%	IMPORT.	COM. 0%	COM. S/DC
ENE	7,647.38 \$	717.77 \$	944.15 \$		
FEB	15,397.16 \$	1,173.29 \$			
MAR	10,911.37 \$	2,462.08 \$	2,324.65 \$	286.75 \$	
ABR	13,435.29 \$	2,579.17 \$	5,067.40 \$	479.47 \$	206.39 \$
MAY	19,206.96 \$	7,765.33 \$			
JUN	24,109.16 \$	5,337.17 \$		403.47 \$	
JUL	19,724.62 \$	3,367.57 \$	15,580.00 \$	1,521.36 \$	
AGO	20,655.74 \$	6,993.33 \$	4,000.89 \$	258.55 \$	
SEP	13,176.39 \$	3,651.75 \$		162.40 \$	
OCT	16,312.55 \$	10,212.87 \$		220.76 \$	
NOV	18,110.71 \$	14,996.35 \$	4,041.58 \$	354.15 \$	
DIC	25,460.07 \$	16,767.92 \$		252.49 \$	
<b>TOTAL</b>	<b>204,147.40 \$</b>	<b>76,024.60 \$</b>	<b>31,958.67 \$</b>	<b>3,939.40 \$</b>	<b>206.39 \$</b>

COM. INV	60,819.68 \$
COM. GTO	15,204.92 \$

T GTO	19,350.71 \$
-------	--------------

COM. INV	92,778.35 \$
----------	--------------

INV 2011	15,653.82 \$	INV INI+COM-INV FINAL= COSTO VTAS			
COM INV	60,819.68 \$				
COM IMP	31,958.67 \$	15,653.82 \$	92,778.35 \$	51,270.90 \$	57,161.27 \$
<b>TOTAL</b>	<b>108,432.17 \$</b>				

VTAS	142,903.18 \$
UTIL 20%	35,725.80 \$
GTO 30%	50,016.11 \$
MERCA VEN	57,161.28 \$

SERV VTA	61,244.22 \$
----------	--------------

204,147.40 \$

INV FINAL 2012	51,270.90 \$
----------------	--------------

**Anexo 04:** Estado de la Situación Financiera presentadas Servicio de Rentas Internas del  
año 2012.

<b>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</b>		
RUC: 1792318149001		
RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA		
IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades		
PERIODO FISCAL: 2012		
CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
3	Operaciones de activo con partes relacionadas locales	0.00
4	Operaciones de pasivo con partes relacionadas locales	0.00
5	Operaciones de ingreso con partes relacionadas locales	0.00
6	Operaciones de egreso con partes relacionadas locales	0.00
7	Operaciones de activo con partes relacionadas en paraísos fiscales	0.00
8	Operaciones de pasivo con partes relacionadas en paraísos fiscales	0.00
9	Operaciones de ingreso con partes relacionadas en paraísos fiscales	0.00
10	Operaciones de egreso con partes relacionadas en paraísos fiscales	0.00
11	Operaciones de activo con partes relacionadas en otros regímenes del exterior	0.00
12	Operaciones de pasivo con partes relacionadas en otros regímenes del exterior	0.00
13	Operaciones de ingreso con partes relacionadas en otros regímenes del exterior	0.00
14	Operaciones de egreso con partes relacionadas en otros regímenes del exterior	0.00
15	TOTAL OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS	0.00
31	ORIGINAL - SUSTITUTIVA	Original
94	Baja de inventario (informativo)	0.00
95	Pago por reembolso como reembolsante (informativo)	0.00
96	Pago por reembolso como intermediario (informativo)	0.00
97	Ajuste por precios de transferencia	0.00
98	Base de cálculo de participación a trabajadores	0.00
102	AÑO FISCAL	2012
104	No. FORMULARIO QUE SUSTITUYE	
198	No. ID REPRESENTANTE LEGAL	1711859494
199	No. RUC CONTADOR	1709607748001
201	RUC	1792318149001
202	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL	MOBILESERVIC E CIA LTDA
203	No. EXPEDIENTE	
311	Efectivo (Caja), bancos	1852.00
312	Inversiones corrientes	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
313	Cuentas y documentos por cobrar a clientes relacionados locales / Corriente	6839.95
314	Cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados del exterior / Corriente	0.00
315	Cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales / Corriente	0.00
316	Cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados del exterior / Corriente	0.00
317	Otras cuentas y documentos por cobrar de relacionados locales / Corriente	0.00
318	Otras cuentas y documentos por cobrar de relacionados del exterior / Corriente	0.00
319	Otras cuentas y documentos por cobrar de no relacionados locales / Corriente	0.00
320	Otras cuentas y documentos por cobrar de no relacionados del exterior / Corriente	0.00
321	Provisión cuentas incobrables - Activo Corriente	0.00
322	Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (ISD)	0.00
323	Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (IVA)	0.00
324	Crédito tributario a favor del sujeto pasivo (Renta)	1341.47
325	Inventario de materia prima	0.00
326	Inventario de productos en proceso	0.00
327	Inventario de suministros y materiales	0.00
328	Inventario de productos terminados y mercaderías en almacén	51270.90
329	Mercaderías en tránsito	0.00
330	Inventario repuestos, herramientas y accesorios	0.00
331	Activos pagados por anticipado	0.00
332	Provisión de inventarios por valor neto de realización	0.00
333	Provisión por deterioro del valor del activo corriente	0.00
334	Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	0.00
335	Otros activos corrientes	0.00
339	TOTAL ACTIVO CORRIENTE	61304.32
341	Inmuebles (excepto terrenos)	0.00
342	Naves, aeronaves, barcasas y similares	0.00
343	Muebles y enseres	8000.00
344	Maquinaria, equipo e instalaciones	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
345	Equipo de computación y software	4000.00
346	Vehículos, equipo de transporte y caminero móvil	35705.36
347	Propiedades de inversión	0.00
348	Activos biológicos	0.00
349	Otras propiedades, planta y equipo	0.00
350	Depreciación acumulada propiedades, planta y equipo	8341.07
351	Terrenos	0.00
352	Obras en proceso	0.00
353	Activos de exploración y explotación	0.00
354	Amortización acumulada de activos de exploración y explotación	0.00
355	Provisión por deterioro del valor de propiedades, planta y equipo	0.00
369	TOTAL PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	39364.29
371	Marcas, patentes, derechos de llave y otros similares	0.00
373	Gastos de organización y constitución	0.00
375	Gastos de investigación, exploración y similares	0.00
376	Otros activos diferidos	0.00
377	Amortización acumulada	0.00
378	Provisión por deterioro del valor del activo diferido (Intangible)	0.00
379	TOTAL ACTIVO DIFERIDO	0.00
381	Inversiones largo plazo / Acciones y participaciones	0.00
382	Inversiones largo plazo / Otras	0.00
383	Cuentas y documentos por cobrar a clientes relacionados locales / Largo plazo	0.00
384	Cuentas y documentos por cobrar a clientes relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
385	Cuentas y documentos por cobrar a clientes no relacionados locales / Largo plazo	0.00
386	Cuentas y documentos por cobrar a clientes no relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
387	Otras cuentas y documentos por cobrar a relacionados locales / Largo plazo	0.00
388	Otras cuentas y documentos por cobrar a relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
389	Otras cuentas y documentos por cobrar a no relacionados locales / Largo plazo	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
390	Otras cuentas y documentos por cobrar a no relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
391	Provisión cuentas incobrables - Activo Largo Plazo	0.00
392	Provisión por deterioro del valor del activo largo plazo	0.00
393	Otros activos largo plazo	0.00
396	Activo por reinversión de utilidades (Informativo)	0.00
397	TOTAL ACTIVOS LARGO PLAZO	0.00
398	TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	39364.29
399	TOTAL DEL ACTIVO	100668.61
411	Cuentas y documentos por pagar a proveedores relacionados locales / Corriente	44257.25
412	Cuentas y documentos por pagar a proveedores relacionados del exterior / Corriente	0.00
413	Cuentas y documentos por pagar a proveedores no relacionados locales / Corriente	0.00
414	Cuentas y documentos por pagar a proveedores no relacionados del exterior / Corriente	0.00
415	Obligaciones con instituciones financieras locales / Corriente	12200.00
416	Obligaciones con instituciones financieras del exterior / Corriente	0.00
417	Préstamos de accionistas / Locales - Pasivo Corriente	42478.12
418	Préstamos de accionistas / Del exterior - Pasivo Corriente	0.00
419	Otras cuentas y documentos por pagara relacionados locales / Corriente	4187.51
420	Otras cuentas y documentos por pagara relacionados del exterior / Corriente	0.00
421	Otras cuentas y documentos por pagara no relacionados locales / Corriente	0.00
422	Otras cuentas y documentos por pagara no relacionados del exterior / Corriente	0.00
423	Impuesto a la Renta por pagar del ejercicio	0.00
424	Participación trabajadores por pagar del ejercicio	0.00
425	Transferencias casa matriz y sucursales (del exterior) - Pasivo Corriente	0.00
426	Crédito a mutuo - Pasivo Corriente	0.00
427	Obligaciones emitidas corto plazo	0.00
428	Provisiones	0.00
439	TOTAL PASIVO CORRIENTE	103122.88
441	Cuentas y documentos por pagar a proveedores relacionados locales / Largo plazo	0.00



**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
442	Cuentas y documentos por pagar a proveedores relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
443	Cuentas y documentos por pagar a proveedores no relacionados locales / Largo plazo	0.00
444	Cuentas y documentos por pagar a proveedores no relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
445	Obligaciones con instituciones financieras locales / Largo plazo	0.00
446	Obligaciones con instituciones financieras del exterior / Largo plazo	0.00
447	Préstamos de accionistas / Locales - Pasivo no corriente	0.00
448	Préstamos de accionistas / Del exterior - Pasivo no corriente	0.00
449	Otras cuentas y documentos por pagar a relacionados locales / Largo plazo	0.00
450	Otras cuentas y documentos por pagar a relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
451	Otras cuentas y documentos por pagar a no relacionados locales / Largo plazo	0.00
452	Otras cuentas y documentos por pagar a no relacionados del exterior / Largo plazo	0.00
453	Transferencias casa matriz y sucursales (del exterior) - Pasivo no corriente	0.00
454	Crédito a mutuo - Pasivo no corriente	0.00
455	Obligaciones emitidas largo plazo	0.00
456	Provisiones para jubilación patronal	0.00
457	Provisiones para desahucio	0.00
458	Otras provisiones	0.00
469	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0.00
479	Pasivos diferidos	0.00
489	Otros pasivos	0.00
499	TOTAL DEL PASIVO	103122.88
501	Capital suscrito y/o asignado	1000.00
503	Capital suscrito no pagado, acciones en tesorería	0.00
505	Aportes de socios o accionistas para futura capitalización	0.00
507	Reserva legal	0.00
509	Otras reservas	0.00
513	Utilidad no distribuida ejercicios anteriores	0.00
515	Pérdida acumulada ejercicio anteriores	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
517	Utilidad del ejercicio - Estado de Situación	0.00
519	Pérdida del ejercicio - Estado de Situación	3454.27
598	TOTAL PATRIMONIO NETO	0.00
599	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	100668.61
601	Ventas netas locales gravadas con tarifa 12% de IVA	204147.40
602	Ventas netas locales gravadas con tarifa 0% o exentas de IVA	0.00
603	Exportaciones netas	0.00
604	Otros ingresos provenientes del exterior	0.00
605	Rendimientos financieros	0.00
606	Otras rentas gravadas	0.00
607	Utilidad en venta de propiedades, planta y equipo	0.00
608	Dividendos percibidos locales	0.00
609	Rentas exentas provenientes de donaciones y aportaciones / De recursos públicos	0.00
610	Rentas exentas provenientes de donaciones y aportaciones / De otras locales	0.00
611	Rentas exentas provenientes de donaciones y aportaciones / Del exterior	0.00
612	Otras rentas exentas	0.00
691	Ventas netas de propiedades, planta y equipo (informativo)	0.00
692	Ingresos por reembolso como intermediario (informativo)	0.00
699	TOTAL INGRESOS - Estado de Resultados	204147.40
700	Inventario inicial de bienes no producidos por el sujeto pasivo	15653.82
701	Compras netas locales de bienes no producidos por el sujeto pasivo	60819.68
702	Costo - Importaciones de bienes no producidos por el sujeto pasivo	31958.67
703	Gasto - Importaciones de bienes no producidos por el sujeto pasivo	4280.00
704	Inventario final de bienes no producidos por el sujeto pasivo	51270.90
705	Inventario inicial de materia prima	0.00
706	Compras netas locales de materia prima	0.00
707	Importaciones de materia prima	0.00
708	Inventario final de materia prima	0.00



**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
737	Costo - Provisiones para desahucio	0.00
738	Gasto - Provisiones para desahucio	0.00
739	Provisiones para cuentas incobrables	0.00
740	Costo - Provisiones por valor neto de realización de inventarios	0.00
741	Gasto - Provisiones por valor neto de realización de inventarios	0.00
742	Costo - Provisiones por deterioro del valor de los activos	0.00
743	Gasto - Provisiones por deterioro del valor de los activos	0.00
744	Costo - Otras provisiones	0.00
745	Gasto - Otras provisiones	2500.00
746	Costo - Arrendamiento mercantil local	0.00
747	Gasto - Arrendamiento mercantil local	0.00
748	Costo - Arrendamiento mercantil del exterior	0.00
749	Gasto - Arrendamiento mercantil del exterior	0.00
750	Costo - Comisiones / Local	0.00
751	Gasto - Comisiones / Local	0.00
752	Costo - Comisiones / Del exterior	0.00
753	Gasto - Comisiones / Del exterior	0.00
754	Costo - Intereses bancarios / Local	0.00
755	Gasto - Intereses bancarios / Local	0.00
756	Costo - Intereses bancarios / Del exterior	0.00
757	Gasto - Intereses bancarios / Del exterior	0.00
758	Costo - Intereses pagados a terceros relacionados / Local	0.00
759	Gasto - Intereses pagados a terceros relacionados / Local	3200.00
760	Costo - Intereses pagados a terceros relacionados / Del exterior	0.00
761	Gasto - Intereses pagados a terceros relacionados / Del exterior	0.00
762	Costo - Intereses pagados a terceros no relacionados / Local	0.00
763	Gasto - Intereses pagados a terceros no relacionados / Local	0.00
764	Costo - Intereses pagados a terceros no relacionados / Del exterior	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
765	Gasto - Intereses pagados a terceros no relacionados / Del exterior	0.00
766	Costo - Pérdida en venta de activos / Relacionadas	0.00
767	Gasto - Pérdida en venta de activos / Relacionadas	0.00
768	Costo - Pérdida en venta de activos / No relacionadas	0.00
769	Gasto - Pérdida en venta de activos / No relacionadas	0.00
770	Costo - Otras pérdidas	0.00
771	Gasto - Otras pérdidas	0.00
772	Costo - Seguros y reaseguros (primas y cesiones)	0.00
773	Gasto - Seguros y reaseguros (primas y cesiones)	0.00
774	Costo - Gastos indirectos asignados desde el exterior por partes relacionadas	0.00
775	Gasto - Gastos indirectos asignados desde el exterior por partes relacionadas	0.00
776	Gasto - Gastos de gestión	26863.33
777	Impuestos, contribuciones y otros	0.00
778	Costo - Gastos de viaje	0.00
779	Gasto - Gastos de viaje	3600.00
780	IVA que se carga al costo	0.00
781	IVA que se carga al gasto	0.00
782	Costo - Depreciación acelerada de propiedades, planta y equipo	0.00
783	Gasto - Depreciación acelerada de propiedades, planta y equipo	0.00
784	Costo - Depreciación no acelerada de propiedades, planta y equipo	0.00
785	Gasto - Depreciación no acelerada de propiedades, planta y equipo	8341.07
786	Costo - Depreciación de activos biológicos	0.00
787	Gasto - Depreciación de propiedades de inversión	0.00
788	Costo - Amortización de activos de exploración y explotación	0.00
789	Costo - Otras amortizaciones	0.00
790	Gasto - Otras amortizaciones	0.00
791	Costo - Servicios públicos	0.00
792	Gasto - Servicios públicos	3997.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
793	Costo - Pagos por otros servicios	0.00
794	Gasto - Pagos por otros servicios	8300.00
795	Costo - Pagos por otros bienes	0.00
796	Gasto - Pagos por otros bienes	4120.00
797	TOTAL COSTO	57161.27
798	TOTAL GASTO	150440.40
799	TOTAL COSTOS Y GASTOS	207601.67
801	UTILIDAD DEL EJERCICIO - Conciliación Tributaria	0.00
802	PÉRDIDA DEL EJERCICIO - Conciliación Tributaria	3454.27
803	Participación a trabajadores	0.00
804	Dividendos exentos	0.00
805	Otras rentas exentas	0.00
806	Otras rentas exentas derivadas del COPCI	0.00
807	Gastos no deducibles locales	0.00
808	Gastos no deducibles del exterior	0.00
809	Gastos incurridos para generar ingresos exentos	0.00
810	Participación trabajadores atribuible a ingresos exentos	0.00
811	Amortización pérdidas tributarias de años anteriores	0.00
812	Deducciones por leyes especiales	0.00
813	Deducciones especiales derivadas del COPCI	0.00
814	Ajuste por precios de transferencia	0.00
815	Deducción por incremento neto de empleados	0.00
816	Deducción por pago a trabajadores con discapacidad	0.00
817	Ingresos sujetos a Impuesto a la Renta único	0.00
818	Costos y gastos deducibles incurridos para generar ingresos sujetos a Impuesto a la Renta único	0.00
819	UTILIDAD GRAVABLE	0.00
829	PÉRDIDA	3454.27
831	Utilidad a reinvertir y capitalizar	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
832	Saldo utilidad gravable	0.00
839	TOTAL IMPUESTO CAUSADO	0.00
841	Anticipo determinado correspondiente al ejercicio fiscal corriente	0.00
842	Impuesto a la Renta Causado mayor al anticipo determinado	0.00
843	Crédito Tributario generado por anticipo	0.00
845	Saldo del anticipo pendiente de pago	0.00
846	Retenciones en la fuente que le realizaron en el ejercicio fiscal	0.00
847	Retenciones por dividendos anticipados	0.00
848	Retenciones por ingresos provenientes del exterior con derecho a Crédito Tributario	1341.47
849	Anticipo de Impuesto a la Renta pagado por espectáculos públicos	0.00
850	Crédito tributario de años anteriores	0.00
851	Crédito tributario generado por Impuesto a la Salida de Divisas	0.00
852	Exoneración y crédito tributario por leyes especiales	0.00
855	SUBTOTAL IMPUESTO A PAGAR	0.00
856	SUBTOTAL SALDO A FAVOR	1341.47
857	Impuesto a la Renta único	0.00
858	Crédito Tributario para la liquidación del Impuesto a la Renta único	0.00
859	IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR	0.00
869	SALDO A FAVOR DEL CONTRIBUYENTE	1341.47
871	Anticipo a pagar - Primera cuota (Informativo)	0.00
872	Anticipo a pagar - Segunda cuota (Informativo)	0.00
873	Anticipo a pagar - Saldo a liquidarse en declaración próximo año (Informativo)	264.95
879	ANTICIPO DETERMINADO PRÓXIMO AÑO	264.95
890	PAGO PREVIO (Informativo)	0.00
897	Detalle de imputación al pago - Interés	0.00
898	Detalle de imputación al pago - Impuesto	0.00
899	Detalle de imputación al pago - Multa	0.00
902	TOTAL IMPUESTO A PAGAR	0.00

**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

RUC: 1792318149001

RAZON SOCIAL: MOBILESERVICE CIA LTDA

IMPUESTO: Impuesto a la Renta Sociedades

PERIODO FISCAL: 2012

CAMPO	DESCRIPCION	VALOR
903	INTERESES POR MORA	0.00
904	MULTA	0.00
905	MEDIANTE CHEQUE, DÉBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO	0.00
906	MEDIANTE COMPENSACIONES	0.00
907	MEDIANTE NOTAS DE CRÉDITO	0.00
908	NC Cartular 1 No.	
909	NC Cartular 1 Valor USD	0.00
910	NC Cartular 2 No.	
911	NC Cartular 2 Valor USD	0.00
912	NC Cartular 3 No.	
913	NC Cartular 3 Valor USD	0.00
915	NC Desmaterializada Valor USD	0.00
916	Resolución Compensación 1 No.	
917	Resolución Compensación 1 Valor USD	0.00
918	Resolución Compensación 2 No.	
919	Resolución Compensación 2 Valor USD	0.00
922	BANCO	SRI (DECLARACION)
999	TOTAL PAGADO	0.00
921	FORMA DE PAGO	Declaración Sin Valor a Pagar