



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

Campus Arturo Ruiz Mora

Santo Domingo

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del título de:**

**INGENIERA DE EMPRESAS**

**“PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA EMPRESA PUNTO NET  
PARA MEJORAR SU GESTIÓN INTERNA Y COMPETITIVIDAD EN SANTO  
DOMINGO DE LOS TSACHILAS, 2009”**

Estudiante:

**MARTHA ROCÍO DÍAZ QUILLUPANGUI**

Director de Tesis

**Ing. Katusca Rosero**

**Santo Domingo de los Tsachilas – Ecuador**

**Febrero, 2010**

**“PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA EMPRESA PUNTO NET  
PARA MEJORAR SU GESTIÓN INTERNA Y COMPETITIVIDAD EN SANTO  
DOMINGO DE LOS TSACHILAS, 2009”**

Ing. Katusca Rosero  
**DIRECTOR DE TESIS**

---

**APROBADO**

Ing. Ana Ramos  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Santo Domingo de los Tsachilas,.....de.....2009

**Autor:** MARTHA ROCÍO DÍAZ QUILLUPANGUI

**Institución:** UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**Título de Tesis:** “PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA EMPRESA PUNTO NET PARA MEJORAR SU GESTIÓN INTERNA Y COMPETITIVIDAD EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, 2009”

**Fecha:** Noviembre 2009

El contenido del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad de su autora.

---

Martha Rocío Díaz Quillupangui

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Campus Santo Domingo de los Tsachilas**

**INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS**

Santo Domingo de los Tsachilas, de Noviembre del 2009

Ing.

Ana Ramos

**COORDINADORA DE LA ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

Presente.-

De mi consideración:

Mediante el presente tengo a bien informar que el presente trabajo bajo el tema: **“PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA EMPRESA PUNTO NET PARA MEJORAR SU GESTIÓN INTERNA Y COMPETITIVIDAD EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, 2009”**, propuesto por la Srta. Martha Rocío Díaz Quillupangui, doy fe que ha sido elaborado bajo mi supervisión y control, luego de haber sido concluido el tratamiento de los contenidos se encuentra en condiciones de ser defendido.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

**Atentamente**

Ing. Katusca Rosero  
**DIRECTOR DE TESIS**

# *Dedicatoria*

*Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres.*

*A Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.*

*A mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario, son los que han velado por mi salud, mis estudios, mi educación alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos , de regaños, de tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy seguro que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de los cuales me siento extremadamente orgullosa.*

*Martha Díaz*

# *Agradecimiento*

*Al culminar una etapa más en mi vida, quiero expresar mi más profundo agradecimiento:*

*Mi agradecimiento va dirigido a Dios creador del universo y dueño de mi vida por ser mi fortaleza, concederme la vida, sabiduría y entendimiento para lograr uno de mis objetivos.*

*A mis queridos padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, por su apoyo incondicional y confianza brindada en todos los momentos.*

*A mis hermanos por su apoyo incondicional y confianza brindada en todos los momentos.*

*A mi amiga Jacky que durante estos años de amistad me ha brindado su apoyo absoluto, por toda su colaboración en la realización de esta tesis.*

*A mi Directora de Tesis Ing. Katusca Rosero quien ha sido una guía fundamental en el desarrollo de mi investigación*

*A todas las personas muy queridas que me apoyaron de una u otra manera en la realización de mi tesis.*

***Que Dios les colme de bendiciones a todos  
Con cariño por siempre***

***Martha Díaz***

## TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	i
Hoja de sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal.....	ii
Hoja de responsabilidad del autor.....	iii
Informe de aprobación del Director de Tesis.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	xv

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.....	1
1.1.1. Antecedentes Históricos.....	1
1.1.2. Antecedentes Científicos.....	2
1.1.3. Antecedentes Prácticos.....	2
1.1.4. Importancia del Estudio.....	2
1.1.5. Situación Actual del Tema de Investigación.....	2
1.2. Limitaciones del Estudio.....	3
1.3. Alcance del Trabajo.....	3
1.4. Objeto de Estudio.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. General.....	4
1.5.2. Específicos.....	4
1.6. Justificación.....	4
1.6.1. Justificación Teórica.....	4
1.6.2. Justificación Metodológica.....	5
1.6.3. Justificación Práctica.....	5
1.7. Hipótesis o Idea a Defender del Estudio.....	5

1.8. Aspectos Metodológicos del Estudio.....	6
1.9. Técnicas de Investigación.....	6
1.10. Población y Muestra.....	7

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO DE REFERENCIA**

2. La planeación.....	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.1.2. Importancia de la planeación.....	8
2.1.3. Propósito de la planeación.....	8
2.1.4. Objetivo de la planeación.....	9
2.2. Estrategia.....	9
2.3. Planeación Estratégica.....	10
2.3.1. Importancia de la planificación estratégica.....	10
2.3.2. Características de la planeación estratégica.....	10
2.3.3. Fases de la planeación estratégica.....	11
2.3.3.1. Misión o propósito.....	11
2.3.3.2. Visión.....	13
2.3.3.3. Objetivos.....	14
2.3.3.4. Estrategias.....	15
2.3.3.5. Políticas.....	17
2.3.3.6. Procedimientos.....	18
2.3.3.6.1. Características de los procedimientos.....	18
2.3.3.7. Programas.....	18
2.3.3.7. 1. Importancia de los programas.....	19
2.3.3.8. Presupuestos.....	19
2.4. Matriz FODA.....	19
2.4.1. ¿Qué es una matriz FODA?.....	19
2.4. 2. Identificación de fortalezas y debilidades.....	20
2.4.3. Identificación de las oportunidades y amenazas.....	20



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

3.1. Diseño o tipo de la investigación.....	21
3.1.1. Tipos de investigación.....	21
3.1.2. Métodos de investigación.....	21
3.2. Diagnóstico o situación actual de Punto Net.....	22
3.3. Nombre de la empresa.....	23
3.4. Logotipo de la empresa.....	23
3.5. Slogan de la empresa.....	23
3.6. Número de clientes.....	24
3.7. Ubicación Geográfica.....	24
3.8. Actividad a la que se dedica.....	25
3.8.1 Cartera de productos.....	25
3.8.1.1. Punto Home - Banda Ancha.....	25
3.8.1.2. Dial-up.....	25
3.8.1.3. Planes Dial-up.....	26
3.8.1.4. Servicios Corporativos.....	27
3.8.1.5. Dominios.....	26
3.8.1.6. Voz sobre IP.....	27
3.9. Competencia.....	27
3.10. PLANEACIÓN.....	28
3. 10.1. Misión.....	28
3. 10.2. Visión.....	28
3.10.3. Valores Corporativos.....	28
3.11. Organización.....	29
3.11.1. Organigrama Estructural.....	29
3.11.2. Nomina del personal PUNTO NET STO. DOG. ....	29
3.11.3. Funciones.....	30
3.11.4. Análisis de las áreas de la empresa.....	34
3.11.4.1. Departamento de Ventas.....	34

3.11.4.2. Departamento Técnico. ....	34
3.12. Dirección. ....	35
3.13. Control de actividades.....	35
3.14. Análisis del FODA.....	35
3.14.1. Análisis de las fortalezas.....	35
3.14.2. Análisis de las oportunidades.....	36
3.14.3. Análisis de las debilidades.....	36
3.14.4. Análisis de las amenazas.....	36
3.14.5. Matriz <b>FODA</b> .....	37
3.15. Estudio de mercado. ....	38
3.15.1. Objetivos del estudio de mercado.....	38
3.15.1.1 Objetivo General.....	38
3.15.1.2. Objetivos Específicos.....	38
3.15.2. Población, muestra, tamaño y cálculo.....	38
3.15.2.1. Muestra.....	39
3.16. Tabulación y análisis de las encuestas.....	39
3.16.1. Análisis de las encuestas aplicadas a los clientes internos.....	40
3.16.2. Encuestas dirigida a los clientes externos de Punto Net Santo Domingo.....	48
3.16.3. Resumen.....	55

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA DE UNA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA EMPRESA PUNTO NET PARA MEJORAR SU GESTIÓN INTERNA Y COMPETITIVIDAD EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.**

4. Antecedentes. ....	56
4.1. Misión. ....	57
4. 2. Visión. ....	57
4. 3. Valores corporativos.....	57
4.4. Organigrama estructural propuesto.....	59
4.5.1. Funciones Propuestas.....	60

4.5.2. Manual de funciones.....	60
4.6. Análisis del FODA.....	67
4.6.1. Matriz Axiológica para Valorar Factores Internos.....	68
4.6.1.1. Análisis de los Factores Críticos Internos.....	69
4.6.2. Matriz Axiológica para Valorar los Factores Externos.....	70
4.6.2.1. Análisis de los Factores Críticos Externos.....	71
4.7. Matriz FODA.....	73
4.7.1. Diagnóstico.....	73
4.8. Determinación de objetivos y estrategias.....	74
4.8.1. Objetivo General.....	74
4.8.2. Objetivo Especifico No. 1.....	74
4.8.3. Objetivo Especifico No. 2.....	75
4.8.4. Objetivo Especifico No 3.....	76
4.8.5. Objetivo Especifico No. 4.....	76
4.8.6. Objetivo Especifico No. 5.....	77
4.8.7. Objetivo Especifico No. 6.....	78
4.9. Indicadores.....	79
4.10. Financiamiento.....	79
4.11. Presupuesto.....	82

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. Conclusiones.....	83
5.2. Recomendaciones.....	84
Bibliografía.....	85
Anexos.....	87

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Ubicación Geográfica de Punto Net.....	24
Gráfico N° 2 Organigrama de Estructural de Punto Net Santo Domingo.....	29
Gráfico N° 3 Tiempo que trabaja en Punto Net.....	40
Gráfico N° 4 ¿Conoce los objetivos y metas de la empresa?.....	41
Gráfico N° 5 ¿Capacitación que ofrece la empresa?.....	42
Gráfico N° 6 ¿Tiene definido sus funciones y responsabilidades?.....	43
Gráfico N° 7 Comunicación con su superior.....	44
Gráfico N° 8 ¿Conoce sobre otras áreas dentro de la Empresa?.....	45
Gráfico N° 9 ¿Se siente motivado en su puesto de trabajo?.....	46
Gráfico N° 10 Factores que afectan a la empresa.....	47
Gráfico N° 11 ¿Hace que tiempo es cliente de Punto Net?.....	48
Gráfico N° 12 Medios a través de los cuales conoció Punto Net.....	49
Gráfico N° 13 ¿Conoce los servicios que ofrece Punto Net?.....	50
Gráfico N° 14 ¿Cómo califica el servicio de Internet que provee Punto Net?.....	51
Gráfico N° 15 ¿Cómo califica la atención que brinda la empresa?.....	52
Gráfico N° 16 ¿Por qué prefiere el servicio que ofrece la empresa?.....	53
Gráfico N° 17 ¿Qué aspectos considera que la empresa debería mejorar?.....	54
Gráfico N° 18 Organigrama estructural de la empresa Punto Net.....	59

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Número de Clientes.....	24
Cuadro N° 2 Tipo de planes dial up.....	26
Cuadro N° 3 Personal de Punto Net Santo Domingo.....	30
Cuadro N° 4 Análisis FODA.....	37
Cuadro N° 5 Tiempo que trabaja en Punto Net.....	40
Cuadro N° 6 ¿Conoce los objetivos y metas de la empresa?.....	41
Cuadro N° 7 ¿Capacitación que ofrece la empresa?.....	42
Cuadro N° 8 ¿Tiene definido sus funciones y responsabilidades?.....	43
Cuadro N° 9 Comunicación con su superior.....	44

Cuadro N° 10 ¿Conoce sobre otras áreas dentro de la Empresa?.....	45
Cuadro N° 11 ¿Se siente motivado en su puesto de trabajo?.....	46
Cuadro N° 12 Factores que afectan a la empresa.....	47
Cuadro N° 13 ¿Hace que tiempo es cliente de Punto Net?.....	48
Cuadro N° 14 Medios a través de los cuales conoció Punto Net.....	49
Cuadro N° 15 ¿Conoce los servicios que ofrece Punto Net?.....	50
Cuadro N° 16 ¿Cómo califica el servicio de Internet que provee Punto Net?.....	51
Cuadro N° 17 ¿Cómo califica la atención que brinda la empresa?.....	52
Cuadro N° 18 ¿Por qué prefiere el servicio que ofrece la empresa?.....	53
Cuadro N° 19 ¿Qué aspectos considera que la empresa debería mejorar?.....	54
Cuadro N° 20 Factores Internos-Externos.....	67
Cuadro N° 21 Matriz Axiológica para Valorar Factores Críticos Internos.....	68
Cuadro N° 22 Matriz Axiológica para Valorar Factores Críticos Externos.....	71
Cuadro N° 23 Matriz FODA.....	73
Cuadro N° 24 Cursos de capacitación.....	78
Cuadro N° 25 Plan operativo anual.....	80
Cuadro N° 26 Presupuesto.....	82

## ÍNDICE DE FOTOS

Foto No. 1 PUNTO NET.....	56
Foto N° 2 Gerencia.....	107
Foto N° 3 Instalaciones de la oficina.....	107
Foto N° 4 Cobranzas.....	108
Foto N° 5 Departamento Técnico.....	108

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta dirigida a los clientes internos.....	87
Anexo N° 2 Encuesta dirigida a los clientes internos externos.....	89
Anexo N° 3 Proforma del Servicio de Banda Ancha.....	91
Anexo N° 4 Presentación Tarjeta Prepago.....	92

Anexo N° 5 Auspiciantes de eventos especiales.....	93
Anexo N° 6 Proforma hojas volantes.....	94
Anexo N° 7 Diseño de hojas volantes.....	95
Anexo N° 8 Canjes.....	96
Anexo N° 9 Proforma de Radio Zaracay FM.....	98
Anexo N° 10 Proforma de Diario La Hora.....	99
Anexo N° 11 Proforma de Capacitación.....	102
Anexo N° 12 Contrato del servicio.....	103
Anexo N° 13 Acta de entrega de servicio.....	106
Anexo N° 14 Foto N° 2 Gerencia.....	107
Anexo N° 15 Foto N° 3 Instalaciones de la oficina.....	107
Anexo N° 16 Foto N° 4 Cobranzas.....	108
Anexo N° 14 Foto N° 5 Departamento Técnico.....	108

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Santo Domingo de los Tsáchilas en la actualidad mantiene un crecimiento acelerado de su economía, así como la prestación de servicios, y exigencia de la calidad de los mismos, estableciendo una mayor competitividad en el sector.

La presente investigación se desarrollo en la Empresa PUNTO NET con la finalidad de mejorar su gestión interna y competitividad.

Para conocer la situación actual de la empresa, se realizó un diagnóstico describiendo brevemente sus antecedentes y la situación actual. Además se determinó la percepción que tienen tanto los colaboradores internos como también los clientes de la empresa, información que se obtuvo mediante la aplicación de encuestas.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado, se propone una “Planeación estratégica aplicada a la empresa PUNTO NET para mejorar su gestión interna y competitividad en Santo Domingo de los Tsáchilas, 2009”

Esta planeación permitirá mejorar la gestión interna y así disponer de clientes internos motivados y comprometidos con la organización.

Este modelo que se recomienda será aplicable desde el punto de vista económico y social, porque la inversión que se va a desarrollar es factible de realizarla, ya que PUNTO NET tiene financiamiento propio puesto que la matriz se encuentra en Quito y cuenta con varias Agencias las cuales les solventa para cualquier inversión que deseen hacer en las diferentes plazas, por lo tanto, la propuesta va a ser aceptada por los propietarios y por tanto beneficiará a los usuarios de internet en Santo Domingo.

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### **1.1. Antecedentes.**

##### **1.1.1. Antecedentes Históricos.**

Punto Net nace en Ecuador en el año 2000 debido a la creciente necesidad del mercado por contar con un servicio de comunicación rápido y confiable, el mismo que esté libre de errores e interferencias, así como también que asegure la confidencialidad de la información requerida por los usuarios.

En un principio proveía del servicio de internet solo a la ciudad de Quito en la cual tuvo gran acogida y un progreso significativo, es por ello que luego de tres años de estar en el mercado y gracias a la gran demanda de los usuarios surgió la posibilidad de implementar el servicio en otras ciudades.

En Santo Domingo de los Tsachilas se encuentra operando desde el año 2003, durante el transcurso de este tiempo ha crecido a pasos agigantados, a la par de ello la población que demanda de sus servicios, sin dejar de lado a que a medida que crece la demanda, la competencia se intensifica y se torna cada vez más agresiva tanto en servicios como en precios.

Punto Net en la sucursal regional, cubre la siguiente área geográfica:

- Santo Domingo
- La Concordia
- Quevedo
- Esmeraldas y Quinde



### **1.1.2. Antecedentes Científicos.**

Al ser Punto Net uno de los principales proveedores de servicios de Internet en el Ecuador y de manera especial en la provincia es necesario que la empresa considere valiosa la planificación estratégica y todos los involucrados en ella y estén inmersos en la excelencia administrativa, para satisfacer las exigencias de los consumidores.

### **1.1.3. Antecedentes Prácticos.**

Punto Net se encuentra ubicado en Santo Domingo en la Av. 29 de Mayo y San Miguel, Edificio Verdugo, segundo piso, es uno de los principales proveedores de Servicios de Internet en el Ecuador. Ofrece diferentes servicios de internet como son: Banda Ancha ADSL, Satelital, Dial-up, Prepago, Voz Sobre IP, Soluciones Wi-fi y planes corporativos.

### **1.1.4. Importancia del Estudio.**

Es importante diseñar una planeación estratégica en Punto Net, mediante la cual se pretende mejorar la gestión interna y así su competitividad, con el diseño de la planificación estratégica se realizará un análisis y diagnóstico de las condiciones internas de la empresa, lo cual será muy beneficioso ya que así podremos corregir las falencias existentes y de esta manera satisfacer las necesidades de los consumidores.

### **1.1.5. Situación Actual del Tema de Investigación.**

La comercialización de servicios de internet en la zona de Santo Domingo de los Tsachilas ha tenido un considerable crecimiento debido al acelerado incremento poblacional que presenta nuestra provincia, por ello la gran demanda del servicio y a su vez la incursión de nuevas empresas en el medio que ofrecen servicios de internet. Estos factores han provocado una reacción competitiva y agresiva, tanto en servicios como en precios, dichos factores estarían afectando a Punto Net ya que la organización presenta problemas internos como: falta de personal técnico para realizar las instalaciones de los

equipos, activaciones del servicio y soluciones a problemas técnicos, no mantiene suficiente stock de equipos necesarios para la activación del servicio este inconveniente se presenta puesto que los equipos son importados y al no contar con un control del stock el departamento técnico se queda carente de equipos por un tiempo, el área comercial y el departamento técnico no coordinan eficientemente sus actividades, inconvenientes con la entrega de facturas a clientes personales y clientes que se encuentran fuera del área que cubre la empresa encargada de la repartición, dependencia de una matriz, dependencia de proveedores externos.

Los factores antes mencionados no permiten la total satisfacción de los clientes lo cual está afectando al crecimiento de la empresa, razón por la cual es de vital importancia que se realice una planeación estratégica con la finalidad de mejorar la gestión interna y la competitividad.

## **1.2. Limitaciones del Estudio.**

La presente investigación se realizará en la empresa Punto Net Santo Domingo. El análisis de la investigación del mercado se efectuará al personal de la empresa para realizar mejoras en la gestión interna, y a los usuarios para determinar el grado de aceptación de nuestros servicios.

## **1.3. Alcance del Trabajo.**

El presente trabajo de investigación está dirigido a realizar un estudio del mercado para identificar la satisfacción del cliente sobre el servicio recibido por **PUNTO NET**, además se accederá a la información necesaria dentro de la empresa para determinar si los trabajadores se encuentran identificados con la organización.

#### **1.4. Objeto de Estudio.**

Realizar una propuesta para la elaboración de un Plan estratégico para PUNTO NET, que permita mejorar la gestión interna y su competitividad en Santo Domingo de los Tsachilas, 2009.

#### **1.5. Objetivos.**

##### **1.5.1. General.**

Diseñar una Planeación Estratégica aplicada a la empresa Punto Net para mejorar su gestión interna y competitividad en Santo Domingo de los Tsachilas, 2009”

##### **1.5.2. Específicos.**

- Determinar la fundamentación teórica del tema de investigación.
- Conocer la situación actual de la empresa Punto Net a través de un análisis FODA.
- Establecer las necesidades insatisfechas de los clientes de Punto Net, a través de encuestas.
- Diseñar la planeación estratégica que nos permita mejorar la gestión interna para ser más competitivos.

#### **1.6. Justificación.**

##### **1.6.1. Justificación Teórica**

La presente investigación se fundamenta en la aplicación de teorías y conceptos actualizados de administración, mercados, servicios y competitividad los mismos que estarán encaminados a proporcionar soporte y ayuda a la propuesta y que permitan dar

soluciones a las diferentes necesidades del mercado para alcanzar los objetivos del tema de investigación.

### **1.6.2. Justificación Metodológica**

El estudio se desarrollara a través de investigaciones de campo, aplicando encuestas, entrevistas tanto al personal que labora en la empresa como a los clientes, esta metodología nos ayudara a conocer la realidad del mercado, y la tabulación de datos se la realizará en Excel.

### **1.6.3. Justificación Práctica**

La planificación estratégica aplicada a **PUNTO NET** ayudará a la empresa en su desarrollo comercial y administrativo, la misma que le servirá como fortaleza para enfrentar los desafíos del mercado y brindar las soluciones más acertadas para satisfacer de la mejor manera las necesidades de los clientes.

### **1.7. Hipótesis o Idea a Defender del Estudio.**

Con la implementación del Plan Estratégico, Punto Net logrará mejorar su gestión interna y competitividad.

## **VARIABLES E INDICADORES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

- Plan estratégico

### **VARIABLES DEPENDIENTE**

- Incremento de ventas

- Calidad del servicio
- Rentabilidad

## **INDICADORES**

- Número de clientes
- Grado de satisfacción de los clientes
- Cuota de ventas

### **1.8. Aspectos Metodológicos del Estudio.**

Para el desarrollo de la presente investigación es necesario aplicar métodos y procedimientos que permitan establecer aspectos lógicos y ordenados que conlleven al logro de los objetivos, para lo cual se ha utilizado los siguientes métodos y técnicas.

**Método Observacional.-** Se utilizará para conocer el comportamiento de los usuarios y la atención brindada al cliente externo.

**Método Inductivo.-** Se levantará información, para conocer la concurrencia de los clientes, y su comportamiento, a través de encuestas, aplicadas en diferentes horarios de atención durante la semana. Además se realizarán encuestas al personal de Punto Net para conocer las inquietudes de los mismos.

**Método Deductivo.** Este método será utilizado en el análisis de la literatura, revisión de archivos y resultados, para llegar a establecer las conclusiones y recomendaciones.

**Método Estadístico.-** Este método se empleará para estimar y representar los datos recopilados donde la información numérica se tabulará mediante gráficas para mostrar los resultados.

**1.9. Técnicas de Investigación.-** Se utilizará información primaria por que los datos se encuentran en los archivos de la Empresa.

**Encuestas.-** Dirigidas a los empleados a fin de identificar sus necesidades para brindar un mejor servicio y clientes externos de Punto Net, y así obtener información real, la misma que nos ayudará a plantear alternativas para satisfacer mejor sus necesidades, estos datos serán tabulados y representados en cuadros estadísticos.

**Revisión de literatura.-** Se consultará en libros, folletos, diccionarios, tesis entre otros, que proporcionen información acerca de planificación estratégica y todo lo relacionado con el tema.

**Internet.-** Se hará las respectivas consultas cuando no se las encuentre en los textos.

### **1.10. Población y Muestra.**

La población en estudio serán las 14 personas que laboran dentro de la empresa, por el tamaño de la muestra se aplicará muestreo simple.

Para el estudio de los clientes analizaremos los 700 usuarios con los que cuenta actualmente la empresa.

## CAPÍTULO II

### MARCO DE REFERENCIA

## 2. LA PLANEACIÓN

### 2.1. Antecedentes

La planeación es parte del proceso administrativo, permite elaborar un modelo completo de trabajo, el mismo que ayude a los directivos a la toma de decisiones para lograr los objetivos deseados.

Para que el proceso administrativo sea eficaz debe establecerse de antemano los objetivos que se pretende alcanzar, fijando las políticas, que normen los criterios a seguir por el dirigente, y que orienten el modo de actuar de los subordinados.

Harol Koontz, Heinz Weihrich, nos dice que: *“Planear es la función que tiene por objetivo fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempo y números necesarios para su realización.”*<sup>1</sup>

#### 2.1.2. Importancia de la planeación.

La importancia radica en el hecho de que en la actualidad las empresas operan en un ambiente que experimenta constantes cambios (tecnológicos, políticos, sociales, económicos, competencia), la planeación toma en consideración estos cambios y se ajusta a ellos para alcanzar los objetivos deseados.

#### 2.1.3. Propósito de la planeación.

➤ Determinar lo que se va a realizar en un tiempo determinado.

---

<sup>1</sup> Harold Koontz, Heinz Weihrich: Administración, Pág.11

- Asegura que los riesgos naturales sean tomados en el tiempo correcto.
- Intenta asegurar el uso efectivo de los recursos disponibles que conduzcan al logro de los objetivos más importantes.
- Previene las futuras crisis

#### **2.1.4. Objetivo de la planeación.**

Su objetivo es el establecimiento de un proceso de planeación como parte rutinaria de la administración.

#### **2.2. Estrategia.**

*“Es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, y permite conseguir ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y satisfacer las expectativas de los clientes.”<sup>2</sup>*

Las estrategias son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa.

Las estrategias producen efectos en las funciones y divisiones de la empresa, y exigen que se tomen en cuenta tanto los factores externos como los internos que enfrenta la empresa.

Es un plan de acción que vincula a la empresa con el entorno, establece el rumbo y orienta la asignación de recursos para lograr las metas fijadas en un determinado tiempo.

El propósito de las estrategias es determinar a través de los objetivos y políticas lo que se pretende que sea la organización.

---

<sup>2</sup> Kevan, S. Gerry Johonson: Dirección Estratégica, Pág. 10



### **2.3. Planeación Estratégica.**

Planeación Estratégica: *“Es el proceso de formular e implementar estrategias para avanzar hacia el logro de la misión y las metas estratégicas de la organización y garantizar la ventaja competitiva.”*<sup>3</sup>

La planificación estratégica está a cargo de los niveles más altos pero involucra a todos los niveles estratégicos de la organización y consiste en un ejercicio continuo que permite establecer un programa general de metas para la organización, y elegir los medios necesarios para alcanzarla.

#### **2.3.1. Importancia de la planificación estratégica**

La planificación estratégica es importante ya que proporciona el marco teórico para la acción que se encuentra en la mentalidad de la organización y de sus empleados.

Ayuda a que la organización se familiarice con su entorno y todos sus esfuerzos se encaminen al crecimiento y éxito de la misma.

#### **2.3.2. Características de la planeación estratégica**

A continuación presentamos las características de la planeación estratégica:

- Se proyecta a largo plazo, por lo menos en lo que tiene que ver con sus efectos y consecuencias.
- Se orienta hacia las relaciones entre la empresa y su ambiente de operación, en consecuencia está sujeta a la incertidumbre de los acontecimientos ambientales, por esta razón la planeación estratégica basa sus decisiones en los juicios y no en los datos.
- Incluye la empresa en general y sus recursos.

---

<sup>3</sup> Schermerhorn, John: Administración, Pág. 159

### 2.3.3. Fases de la planeación estratégica.

Las fases del proceso de la planificación estratégica básicamente son siete componentes que detallaremos a continuación:

1. Misión,
2. Visión,
3. Objetivos
4. Estrategias
5. Políticas
6. Programas y
7. Presupuesto.

#### 2.3.3.1. Misión o propósito

*“Es el propósito o la razón por la cual existe una organización. En general la misión de una organización refleja la información sobre qué tipo de productos o servicios ofrece, cuáles consumidores pretende atender y cuáles son los valores importantes que persigue.”<sup>4</sup>*

Una de las tareas más complejas dentro del proceso administrativo quizá sea la formulación de la misión puesto que esta es la base de las prioridades de la empresa, por ello también la necesidad de que sea expresada en forma clara y compartida a todos los integrantes de la organización ya que los mismos deben tener criterios claros a la hora de tomar decisiones importantes para la vida de la organización.

#### ➤ Las tres cuestiones básicas que sirven para definir la misión de una empresa

¿**Qué necesidades** o deseos estamos satisfaciendo? (demanda)

¿**Con qué productos** o servicios daremos mayor satisfacción a nuestros clientes? (oferta)

---

<sup>4</sup> Certo, Samuel C. Administración Moderna, Octava Edición, Bogotá 2001, Pág. 174

**¿Cuál ventaja competitiva** que nos diferencia de la competencia? (habilidad distintiva)  
(¿por qué nos eligen a nosotros?)

De manera que su respuesta permita al negocio trazar su recorrido y fijar sus metas acorde con los valores o expectativas de los clientes.

### **Elementos que integran una Misión:**

1. Clientes
2. Actores
3. Oportunidad.
4. Trabajo.
5. Medio ambiente.

#### ➤ **Declaración de la misión**

*“Es un documento escrito elaborado por la gerencia, normalmente basado en la información tanto de gerentes como del personal no gerencial, que describe y explica la verdadera misión de una organización”<sup>5</sup>*

Es formalizar la misión por medio de un documento escrito que describe el propósito de la organización, los clientes a quienes pretende atender, los productos y/o servicios que pretende brindar, mercado en el que pretende operar, filosofía y tecnología básica que pretende utilizar.

#### ➤ **Importancia de la Misión**

Dentro del proceso de planeación está la misión la misma que es primordial para la organización, a continuación mencionaremos algunas de las razones por las cuales es importante.

- Contribuye a que la gerencia centre sus esfuerzos en una misma dirección.

---

<sup>5</sup> Certo, Samuel C.: Administración Moderna, Octava Edición, Bogotá 2001, Pág. 174

- Justifica la distribución de los recursos
- Apoya a la gerencia en la definición de áreas de trabajo dentro de una organización.

**MISIÓN: LA RAZÓN DE SER DE LA EMPRESA**

### 2.3.3.2. Visión

*“Describe cómo la organización o el equipo ve que se van a desplegar los acontecimientos en el futuro si todo funciona exactamente como cabe esperar.”<sup>6</sup>*

Cuando hablamos de visión estamos pensando en la organización que deseamos en el futuro. Su objetivo es identificar el sentido general y la dirección hacia donde se mueve la institución.

#### ¿Por qué debemos crear la visión?

- El éxito actual no es ninguna garantía del éxito futuro.
- Hay una necesidad de una visión común y un sentido de solidaridad.
- Se necesita una nueva oportunidad o desafío mayor.
- Hay que pasar la “batuta” mientras la organización o compañía cambia y desarrolla.
- Es necesario poder controlar algo del futuro de la organización. Los ambientes
- políticos, económicos y sociales que cambian rápidamente.

#### La visión debe ser:

- Clara y alejada de la ambigüedad
- Que dibuje una escena
- Que describa el futuro
- Que sea fácil de recordar y con la que uno pueda comprometerse

---

<sup>6</sup> [www.monografias/planeacionestrategica.com](http://www.monografias/planeacionestrategica.com)

- Que incluya aspiraciones que sean realistas
- Que esté alineada con los valores y cultura de la organización
- Que esté orientada a las necesidades del cliente

### **2.3.3.3. Objetivos**

*“Son los propósitos de la empresa, que tomados en conjunto definen su propia razón de ser o de existir.”<sup>7</sup>*

Los objetivos expresan lo que esperamos alcanzar en un tiempo determinado, representan el fin hacia el que se encamina la organización y el logro de los mismos hace posible el cumplimiento de la visión de la organización.

#### **➤ Establecimiento de Objetivos.**

Los objetivos representan un compromiso de la administración con el logro de tareas de desempeño específicas dentro de un lapso de tiempo específico: exigen resultados que se vinculen de manera directa con la visión estratégica y los valores fundamentales de la organización.

Los objetivos son propuestos por cada área, para obtener resultados claves, deben estar en términos cuantificables o medibles y deben incluir un límite de tiempo para su logro. Explicando cuánto, de qué clase de desempeño y para cuando.

#### **➤ Importancia de los objetivos**

La fijación de objetivos en la organización es muy importante ya que dan a los directivos y a los demás miembros que conforman la organización parámetros para la acción en áreas como la toma de decisiones, la eficiencia y la evaluación del desempeño.

---

<sup>7</sup> Chiavenato, I, Administración, Pag. 149

Representan el compromiso de todos los involucrados en la organización para alcanzar la meta propuesta.

➤ **Características de los objetivos.**

**Medible:** Un objetivo debe ser comprobable y establecer un único resultado a lograr. Para ello es necesario definir algún indicador que permita medir si el objetivo fue alcanzado o no.

**Alcanzable:** El objetivo debe ser factible, es decir, que se puede obtener con los recursos disponibles (humanos, técnicos, materiales y financieros) para no provocar frustración y falta de motivación.

**Realista:** Un objetivo debe tener en cuenta las condiciones y las circunstancias del entorno donde se pretende realizar. Una meta puede ser por ejemplo: fabricar 500 camisas por mes, pero si el mercado sólo puede comprar 200, no es un objetivo realista.

**Específico:** Un objetivo debe ser lo más claro y concreto en cuanto a su contenido.

**Acotado:** Un objetivo debe ser definido en el tiempo, o sea, tener establecido una fecha límite para su cumplimiento.

#### 2.3.3.4. Estrategias

*“Es un plan de gran alcance que identifica el rumbo a largo plazo y orienta la utilización de los recursos para cumplir la misión y las metas de una organización con una ventaja competitiva sustentable”<sup>8</sup>*

Las estrategias son las formas de cómo la empresa pretende lograr sus objetivos tomando en cuenta el entorno y las características internas. Así pues, la estrategia comprende la misión, la visión, los objetivos, las estrategias propiamente dichas y los planes de acción.

---

<sup>8</sup> John R. Schermerhorn, Jr., Administración, Pág. 158

Cabe mencionar que para el logro de los objetivos pueden presentarse varias alternativas de estrategias debiendo los directivos escoger las mejores tomando en cuenta los recursos de la organización y el entorno en el que opera.

El propósito de las estrategias es establecer y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas mayores, una descripción de lo que se quiere que sea la empresa.

### ➤ **Niveles de estrategias**

Las organizaciones manejan diferentes niveles de estrategias, en los niveles corporativo, de negocios y funcional.

### ➤ **Estrategia corporativa**

*“Está relacionada con el objetivo y el alcance global de la organización para satisfacer las expectativas de los propietarios o principales clientes y añadir valor a las distintas partes de la empresa.”<sup>9</sup>*

Las decisiones estratégicas más comunes en el nivel corporativo se refieren a asignación de recursos para adquisiciones y el desarrollo de nuevos negocios, para lo cual los altos directivos que son los encargados de formular la estrategia corporativa se hacen preguntas básicas como:

¿En qué tipo de negocios se debe comprometer la compañía?

¿Cuáles son las metas y las expectativas para cada negocio?

¿Cómo se deben asignar los recursos para alcanzar estas metas?

### ➤ **Estrategia de negocios.**

Es la estrategia específica para cada negocio o línea de producto como se va a manejar el negocio, que cartera de productos va a desarrollar la empresa, a que clientes pretende servir, como se distribuirán los recursos en el negocio etc.

---

<sup>9</sup> Kevan Gerry , Dirección Estratégica, Pág. 10

Es saber cómo competir con éxito frente a otros mercados, las decisiones estratégicas tienen que referirse a una unidad estratégica de negocios.

➤ **Estrategia funcional.**

*“Orienta la utilización de recursos para implementar una estrategia de negocios. Este nivel de estrategias se concentra en las actividades de un área funcional específica de operaciones.”<sup>10</sup>*

Crean un marco para los gerentes que están a cargo de cada función como estrategias de marketing, de producción, de finanzas.

➤ **Puesta en Práctica y Ejecución de la Estrategia.**

La implantación de la estrategia tiene que ver con el ejercicio administrativo de llevar a cabo una estrategia recién elegida. La ejecución de la estrategia se refiere al ejercicio administrativo de supervisar su logro actual, de hacer que funcione, de mejorar la competencia con que se está realizando y de mostrar un progreso medible en la consecución de los objetivos propuestos.

La puesta en práctica de la estrategia es fundamentalmente un proceso orientado a la acción y a propiciar que las cosas sucedan; así mismo las actividades de desarrollo de competencias y habilidades, de preparación de presupuestos, de creación de políticas, de motivación, de creación de una cultura y de liderazgo, son tareas clave para este proceso.

**2.3.3.5. Políticas.**

*“Son normas de acción que es adoptada y seguida por un dirigente. Las políticas las ideas fundamentales de los dirigentes para que sirvan de guía o norma a las acciones que deben emprenderse, para obtener los resultados deseados.”<sup>11</sup>*

---

<sup>10</sup> John R. Schermerhorn, Jr., Administración, Pág. 165

<sup>11</sup> Guillermo Gómez Ceja, Planeación y Organización de Empresas, Pág. 16.



Las políticas fijan los límites dentro de los cuales se puede desarrollar una actividad determinada, deben ser presentadas por escrito para que no existan modificaciones verbales y revisadas periódicamente por los directivos con la finalidad de adecuarlas a las condiciones que puedan presentarse.

### **2.3.3.6. Procedimientos**

*“Describen una serie de labores que señalan el curso de determinadas operaciones, las cuales deben mantenerse dentro de los límites señalados por las políticas.”<sup>12</sup>*

Los procedimientos se constituyen en un apoyo importante para dirección de la organización ya que nos indican ¿qué hacer?, ¿cómo hacerlo?, ¿quién lo hace?, ¿dónde lo hacen?, es decir nos fijan las actividades a seguir para conseguir el resultado deseado.

#### **2.3.3.6.1. Características de los procedimientos**

- **Completas.-** Contemplan elementos materiales y humanos, así como el objetivo deseado.
- **Coherentes.-** Sus pasos deben tener secuencia, complementarios y que tiendan al mismo objetivo.
- **Estables.-** Firmeza del curso establecido, que no cambie a menudo, sino únicamente por emergencias.
- **Flexibles.-** Que permitan resolver emergencias sin romper la estructura establecida y que se restablezca el procedimiento al cesar la emergencia.
- **Continuidad.-** Tienden a perpetuarse una vez establecidas y las modificaciones solo se agregan a las ya establecidas.

### **2.3.3.7. Programas.**

Son aquellos planes que muestran la secuencia de las operaciones, el tiempo, los procedimientos y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de la organización.

---

<sup>12</sup> Guillermo Gómez Ceja, Planeación y Organización De Empresas, Pág. 17.

### **2.3.3.7. 1. Importancia de los programas**

- Proveen información y evalúan el alcance de las actividades.
- Mantienen una secuencia de las actividades, permitiendo controlar el avance de las mismas.
- Identifican a las personas responsables de llevarlos a cabo, por cuanto se determina un programa para cada área responsable.
- Establecen los recursos necesarios.
- Disminuyen los costos.
- Orientan a los trabajadores sobre las actividades que deben realizar específicamente.

### **2.3.3.8. Presupuestos.**

*“Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.”<sup>13</sup>*

Para formular el presupuesto se requiere contar con objetivos claros, identificar todos los costos en materiales, personal e insumos financieros y definir claramente cuáles son las áreas y las personas responsables de usar esos recursos.

## **2.4. Matriz FODA**

### **2.4.1. ¿Qué es una matriz FODA?**

Una herramienta propia del análisis estratégico es el análisis F.O.D.A. que consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno de la empresa y en lo externo, las oportunidades y amenazas del contexto.

---

<sup>13</sup> [www.monografias/trabajos3/presupuestos](http://www.monografias/trabajos3/presupuestos)

Este instrumento permite representar en términos operativos un cuadro de situación que distingue entre el adentro (fortalezas y debilidades) y el afuera de la empresa (oportunidades y amenazas).

#### **2.4.2. Identificación de fortalezas y debilidades**

Representan el factor interno de la organización por lo cual es muy importante su análisis.

Las fortalezas están compuestas por las situaciones, atributos, cualidades y recursos humanos, técnicos y económicos propios de la organización, que son positivos y cuya acción es favorable.

Las debilidades nos muestran qué cosas nos está causando problemas al interior de la organización e impiden el adecuado desempeño de la gestión.

*“Hacer un análisis de estas fuerzas en la organización permite identificar las fortalezas para impulsarlas y las debilidades para eliminarlas o corregirlas”<sup>14</sup>*

#### **2.4.1.3. Identificación de las oportunidades y amenazas**

Proviene de los escenarios en los que opera la organización y su análisis se lo realiza con la finalidad de conocer de qué manera el contexto ejerce algún impacto sobre la empresa, cómo controlarlos, y tratar de convertir las debilidades y las amenazas en fortalezas y oportunidades respectivamente.

Las oportunidades es lo positivo que encontramos al exterior de la organización y que debemos direccionar para darles utilidad.

Las amenazas representan los adversos al entorno, que impactan, afectan y ponen en riesgo la organización.

---

<sup>14</sup> [www.gestiopolis.com/planificacion/estrategia.com](http://www.gestiopolis.com/planificacion/estrategia.com)

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### **3.1. Diseño o tipo de la investigación.**

El desarrollo del tema investigativo “Planeación estratégica aplicada a la empresa Punto Net para mejorar su gestión interna y competitividad en Santo Domingo de los Tsachilas, 2009” se fundamentará con métodos y tipos de investigación con la finalidad de corroborar las acciones que se realizaron para obtener los datos e información para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

A continuación detallamos los tipos y métodos que utilizaremos para los fines antes mencionados.

##### **3.1.1. Tipos de investigación.**

**Descriptiva.-** Éste tipo de método se utilizará para describir las diferentes áreas con las que cuenta la empresa, empleando como herramienta administrativa el FODA de la empresa.

**Exploratorio.-** Será aplicado para la obtención de información administrativa y de ventas, de acuerdo a los archivos, y base de datos, de la empresa Punto Net.

##### **3.1.2. Métodos de investigación**

**Método Inductivo.-** Se levantará información, para conocer la concurrencia de los clientes, y su comportamiento, a través de encuestas, aplicadas en diferentes horarios de atención durante la semana.

Además se realizarán encuestas al personal de Punto Net para conocer las inquietudes de los mismos.

**Método Estadístico.-** Ayudará a analizar los datos obtenidos de la investigación de mercado, aplicada a Punto Net.

**Método Observacional.-** Se utilizará para conocer el comportamiento de los usuarios y la atención brindada al cliente externo.

### **3.2. Diagnóstico o situación actual de Punto Net**

Punto Net es una empresa de Telecomunicaciones, que provee servicios de Internet a clientes personales y corporativos, cuenta con una organización estructurada y su mejor carta de presentación es contar con una plataforma robusta y técnicamente preparada para la integración, implementación y acoplamiento de nuevos servicios, además de mantener personal calificado y comprometido no solo con la Empresa sino con sus clientes.

Se encuentra operando desde el año 2000 en su matriz Quito, y debido a la demanda que ha tenido el Internet en el Ecuador, se ha implementado agencias en ciudades estratégicas como es el caso de Manta, Cuenca, Guayaquil, Loja, Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsachilas donde viene desarrollando sus actividades desde el año 2003.

En la agencia Santo Domingo la empresa ha tenido gran acogida por lo que ha crecido de forma significativa, es así que el radio que maneja esta sucursal se ha extendido a la La Concordia, Quevedo, Esmeraldas y Quininde.

Punto Net Santo Domingo cuenta con tres áreas: Comercial, Técnica y Administrativa, el desarrollo de sus actividades lo hace en su oficina desde donde atiende a los clientes con los servicios de aperturas y suspensión de planes, asesoría técnica, ventas y recaudaciones.

Las recaudaciones por el servicio de internet se realizan a través de débitos bancarios los mismos que pueden ser en los bancos: Pacífico, Pichincha, Produbanco, Guayaquil, Bolivariano y con tarjetas Visa, Mastercard y Diners, esto a su vez estaría afectando a

clientes potenciales que no posean cuenta bancarias y/o tarjetas de crédito ya que de esta manera no podrían acceder a nuestro servicio.

El área técnica para proveerse de equipos depende directamente de la matriz la misma que previo pedido del jefe técnico envía las herramientas y equipos necesarios. Cabe recalcar que los equipos para instalaciones son importados y en ocasiones no hay en stock por lo cual se retrasa las instalaciones generando malestar en los usuarios.

La parte financiera es administrada por la matriz en Quito. Desde ahí se distribuyen los recursos para las distintas agencias a nivel nacional.

### **3.3. Nombre de la Empresa**

***PUNTO NET S.A.***

### **3.4. Logotipo de la empresa**



### **3.5. Slogan de la Empresa**

***Internet siempre a punto...***

### 3.6. Número de clientes

Punto Net cuenta con 700 clientes los mismos que están distribuidos en personales y corporativos, como se muestra a continuación en el cuadro.

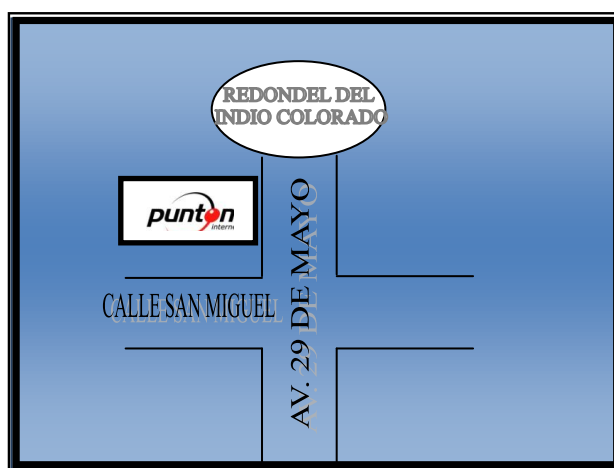
**Cuadro N° 1**  
**Número de Clientes**

CLIENTES	N° DE CLIENTES
Personales	500
Corporativos	200
<b>TOTAL</b>	<b>700</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### 3.7. Ubicación Geográfica

**Gráfico # 1**  
**Ubicación Geográfica de Punto Net**



Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

La empresa desarrolla sus actividades en la Provincia Santo Domingo de los Tsachilas, avenida 29 de Mayo y calle San Miguel (Esquina), Ed. Verdugo Oficina 102.

### **3.8. Actividad a la que se dedica**

Punto net provee el servicio de Internet en el Ecuador contribuyendo al crecimiento de los usuarios y a la satisfacción de sus necesidades, acompañadas de excelentes servicios y precios competitivos.

#### **3.8.1 Cartera de productos.**

PUNTO NET, brinda la oportunidad de acceder al mundo del Internet desde el hogar y poder disfrutar de todos los beneficios de estar conectado a la red.

Se han diseñado varias alternativas de conexión, para que los usuarios accedan al servicio de PUNTONET a la velocidad que requieran y al momento que lo necesiten a través de sus planes de BANDA ANCHA, PUNTO HOME INALÁMBRICO o DIALUP.

##### **3.8.1.1. Punto Home - Banda Ancha**

Punto Home es la Banda Ancha para hogares de Punto Net, te conecta 24 horas al día.

PuntoNet provee este servicio a urbanizaciones, condominios y edificios donde la infraestructura de otros proveedores no llega, permitiéndonos lograr una mayor cobertura en lugares donde no existe disponibilidad de acceso a Internet.

##### **3.8.1.2. Dial-up**

Este producto está diseñado para aquellas personas que no demandan conectividad permanente al Internet, por lo que contamos con diferentes tipos de planes diseñados que van desde los 10 dólares mensuales y varían de acuerdo al tiempo de navegación que usted requiera utilizar.



**Las ventajas que ofrece este producto son:**

- Productos que se ajustan a tu necesidad.
- Instalación inmediata.
- Soporte técnico a través de nuestro CALL CENTER.
- Cero costos de instalación.

Este servicio se brinda utilizando línea telefónica conmutada normal, con velocidades hasta 56 kbps

**3.8.1.3. Planes Dial-up**

Punto Net ofrece variedad de planes, a continuación detallamos algunos.

**CUADRO N° 2  
TIPOS DE PLANES DIAL UP**

<b>Plan</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Valor</b>
Control Premium 16	16 horas al mes	USD 10. mensuales*
Control Premium 25	25 horas al mes	USD 15. mensuales*
Control Premium 3	Tiempo ilimitado por 3 meses	USD 45. trimestrales*
Control Premium 6	Tiempo ilimitado por 6 meses	USD 87. semestrales*
Control Premium 12	Ilimitado por 12 meses	USD 168. anuales*
Ideal Premium	15 horas al mes	USD 8. mensuales*
Generación Premium 3	Ilimitado de 15h00 a 21h00 y fines de semanas gratis	USD 10. mensuales*
Estudiantil Premium	Ilimitado de 19h00 a 07h00 y fines de semanas gratis	USD 10. mensuales*
Ilimitado Premium	Tiempo ilimitado	USD 16. mensuales*

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### **3.8.1.4. Servicios Corporativos**

El objetivo principal es apoyar en la integración de su red, de agencias o sucursales y en general en proporcionar sistemas que constituyan herramientas útiles en el crecimiento de las organizaciones.

#### **3.8.1.5. Dominios**

Categorías que identifican de manera general la clase de empresa u organización que está conectada y a los países, entre los más usados están:

Edu: Institución educativa.

Mil: Militar.

Gov: Institución pública.

Org. Otros organismos y entidades sin ánimo de lucro.

Net: Empresas de redes y telecomunicaciones.

Com: Comercial.

#### **3.8.1.6. Voz sobre IP**

Llamado también Internet Protocolo es la tecnología que permite la transmisión de fragmentos auditivos a través de Internet.

La voz sobre IP ha venido a revolucionar el mundo de la telefonía a larga distancia el cual brinda un precio muy barato para hablar con el exterior mediante el Internet.

### **3.9. Competencia.**

Dentro del mercado local también se encuentran otras empresas proveedoras de internet que ofrecen productos similares entre los que podemos señalar las siguientes: Dinolan, Andinanet, Powernet, Interactive y Tvnet.

La competencia ha crecido en gran magnitud por ello la necesidad de realizar una planificación que nos permita mejorar la gestión interna fin de ser más competitivos el mercado.

### **3.10. PLANEACIÓN**

#### **3.10.1. Misión**

Ofrecer y comercializar servicios de Telecomunicaciones con la más alta tecnología eficiencia y calidad, mejorando la competitividad de nuestros clientes, en la era de la globalización, apoyados siempre en nuestro más valioso recurso..... Nuestra Gente.

#### **3.10.2. Visión**

**Punto Net S.A.** Será la organización líder a nivel nacional prestando servicios integrales en telecomunicaciones con calidad y efectividad, generando crecimiento económico y desarrollo social para el país.

#### **3.10.3. Valores Corporativos**

- **Responsabilidad.-** De la información de nuestros clientes, por eso brindamos servicio de calidad.
- **Puntualidad.-** Los clientes exigen a tiempo las instalaciones.
- **Excelencia.** Servicio al cliente.- Servicio de calidad, rápido y garantizado.
- **Compromiso.-** Con los clientes, la empresa y nuestra gente
- **Seriedad.-** En el trabajo encomendado de los clientes y de la Empresa.
- **Respeto.-** El personal acata las órdenes con rectitud y disciplina.

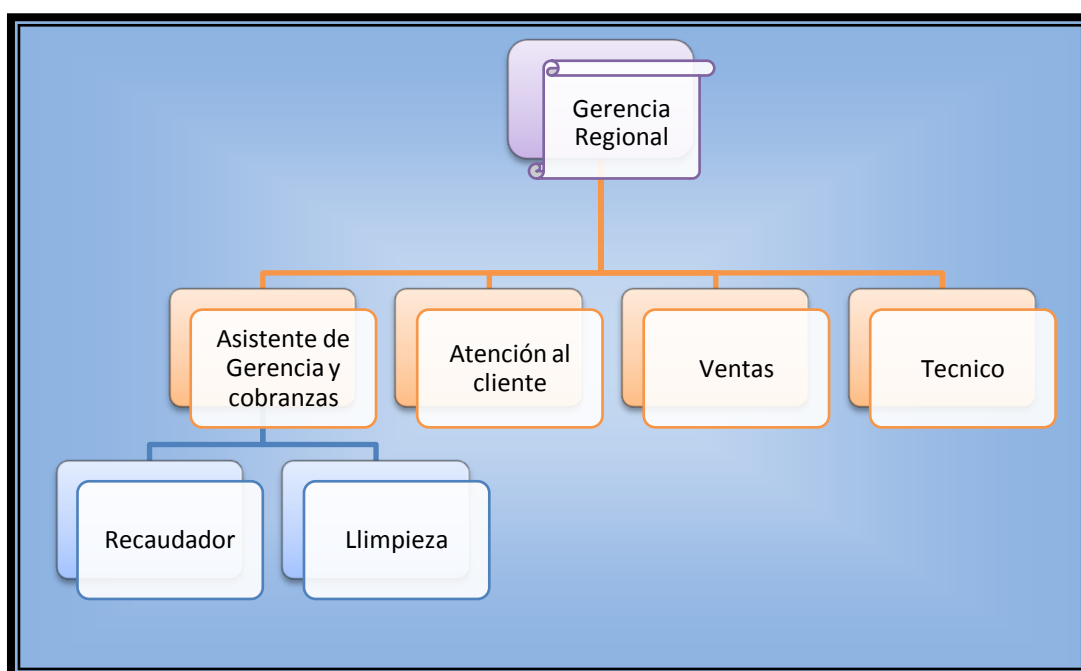
### 3.11. Organización

#### 3.11.1. Organigrama Estructural

Punto Net Santo Domingo actualmente posee la siguiente estructura.

**Gráfico N° 2**

#### **Organigrama Estructural de Punto Net Santo Domingo**



Fuente: Punto Net Santo Domingo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009

#### 3.11.2. Nomina del personal PUNTO NET STO. DOG.

Punto Net Sto. Dog. En la actualidad cuenta con 14 personas trabajando, cuatro en el departamento administrativo, cinco en el departamento comercial y seis en el departamento técnico. A continuación se muestra el cuadro del personal.

**Cuadro N° 3**  
**PERSONAL DE PUNTO NET SANTO DOMINGO**

PERSONAL PUNTO NET STO. DGO.		
	NOMBRE	CARGO
1	BOLÍVAR AUGUSTO CEVALLOS HERRERA	GERENTE REGIONAL
2	GABRIELA PAOLA GARZÓN NARVÁEZ	ASISTENTE DE COBRANZAS
3	SOFÍA DE LOURDES GUERRERO CARRIÓN	ATENCIÓN AL CLIENTE
4	CRISTIAN HUMBERTO MEZA CABEZAS	RECAUDADOR
5	JOHANA ALEXANDRA GUERRA SILVA	VENTAS CORPORATIVAS
6	FERNANDO RENE ESPINOZA MENDOZA	VENTAS CORPORATIVAS
7	VÍCTOR HOMERO CARRERA VINUEZA	VENTAS MASIVAS
8	JOSÉ LUIS BERMÚDEZ RUEDA	VENTAS MASIVAS
9	JOSÉ ISRAEL LESCANO ANALUISA	VENTAS MASIVAS
10	ALBERTO DANIEL NUÑEZ AGURTO	JEFE TÉCNICO
11	EDUARDO XAVIER SALAZAR LARREÁTEGUI	TÉCNICO
12	LEONARDO DANIEL CHIMBO VALLEJO	TÉCNICO
13	LUIS HUMBERTO JIMÉNEZ BONILLA	TÉCNICO
14	LUIS SUANI HURTADO QUIROZ	TÉCNICO
15	JORGE LUIS ESPINOZA LUGO	TÉCNICO

Fuente: Punto Net Santo Domingo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009

### 3.11.3. Funciones

#### Gerencia.

El gerente de Punto Net es el Ingeniero Bolívar Augusto Cevallos y tiene las siguientes funciones:

- Vigilar el cumplimiento de las actividades de la empresa
- Organizar y dirigir la administración de la empresa
- Realizar la toma de decisiones
- Elaborar proyectos y estrategias para aumentar las ventas.
- Supervisar a fuerza de ventas.
- Solucionar problemas.
- Buscar alianzas con Instituciones y/o empresas que tienen bases de datos para realizar telemercadeos.

## **Asistente de Gerencia y cobranzas**

La señorita Gabriela Garzón se desempeña como asistente de gerencia y cobranzas.

### **Funciones**

- Sugerir a la matriz los suministros necesarios para la oficina
- Enviar a la matriz las facturas de los proveedores, recibir los cheques y pagar.
- Enviar las facturas de los clientes personales a la empresa encargada de la entrega
- Hacer firmar el rol de pagos al personal
- Elaboración de informes mensuales a gerencia de los pagos de los clientes
- Coordinar con los técnicos la retirada de equipos a clientes corporativos que suspenden el servicio.
- Enviar a la matriz los contratos corporativos para ser aceptados
- Ingreso de nuevos clientes corporativos al sistema
- Facturación quincenal y mensual.
- Enviar al departamento técnico la lista de los clientes morosos para que se les suspenda el servicio.
- Realizar cuadros diarios del dinero recaudado
- Recuperación de cartera vía telefónica a clientes corporativos.

### **Ventas.**

Actualmente en el área de ventas cuenta con cinco asesores comerciales dos de ellos realizan ventas corporativas y tres ventas masivas.

### **Funciones.**

- Impulsar los servicios dentro y fuera de la oficina
- Realizar visitas para ofrecer los productos y la apertura de nuevos clientes
- Elaboración y control de los contratos de los nuevos clientes.
- Cumplir con las metas propuestas por la empresa cada mes.

- Reporte mensual de ventas a la gerencia
- Coordinar con los técnicos la instalación del servicio a nuevos clientes
- Pos venta durante los tres primeros meses
- Cumplir con meta de ventas mes a mes.

### **Técnico.**

La organización cuenta con seis técnicos uno que se desempeña como jefe que es señor Daniel Núñez y cinco técnicos adicionales. El jefe técnico es el encargado de planificar el cronograma de actividades y dotarles del material y equipo necesario para desempeñar sus funciones.

### **Funciones.**

- Entrega de equipos a los clientes
- Instalación del servicio a los clientes
- Reportes diarios de instalaciones
- Reportes mensuales de instalaciones
- Coordinar los accesos con los clientes para las instalaciones.
- Receptar llamadas de los clientes que tienen problemas con el servicio de Internet.
- Reparación del servicio en caso de fallas
- Retiro de equipos a clientes que suspenden el servicio.

### **Atención al cliente**

Es responsable la señorita Sofía Guerrero

### **Funciones.**

- Recepción de llamadas
- Receptar reclamos, oficios de los clientes.

- Control de los contratos de los nuevos clientes con planes personales e ingresarlos al sistema
- Archivar una copia de los nuevos contratos de planes personales y enviar a la matriz el original
- Cobranza a los clientes con planes personales
- Receptar cartas de suspensión
- Coordinar con los técnicos la fecha de suspensión del servicio a clientes personales por mora o suspensión definitiva
- Coordinar con los técnicos la activación del servicio a clientes que estén al día en sus pagos.

### **Recaudador.**

Es el señor Cristian Meza el mismo que para realizar sus actividades cuenta con una motocicleta de la empresa.

### **Funciones**

- Entrega de facturas a clientes corporativos
- Cobro a clientes corporativos
- Realizar los depósitos diarios en el banco
- Entrega de cheques a los proveedores

### **Auxiliar de Limpieza.**

Está a cargo de la Señora Rosa Velasco, la misma que realiza actividades de limpieza tres veces por semana.

### **Funciones.**

- Limpieza de la oficina
- Lavado de las toallas.
- Lavado de vajillas de la oficina.



- Realizar el pedido de los productos de aseo y limpieza necesarios para el uso del personal de oficina.

### **3.11.4. Análisis de las áreas de la empresa**

#### **3.11.4.1. Departamento de Ventas**

En el departamento comercial existen cinco asesores comerciales, dos para ventas corporativas y tres para ventas masivas. En este departamento la falencia principal es la discordancia con el departamento técnico puesto que el mismo no se da abasto para las instalaciones, tal motivo retrasa la entrega del servicio y en varias ocasiones esto hace que los clientes desistan de su contrato y busquen otras opciones.

Otra de las falencias en este departamento es la falta de seguimiento a los clientes puesto que existe una política de pago de comisiones que por una parte beneficia al vendedor y por otra perjudica a la empresa, la política se basa en que le vendedor debe mantener por tres meses al cliente y se le cancelara su comisión, esto afecta ya que pasado este tiempo no existe interés por el cliente y esto genera clientes insatisfechos que suspenden el servicio.

#### **3.11.4.2. Departamento Técnico.**

Este departamento cuenta con seis técnicos entre los cuales uno desempeña las funciones de jefe. Uno de los conflictos de este departamento es la falta de control del stock de equipos para instalaciones, lo que genera problemas cuando ese agota, puesto que no se puede atender a tiempo las necesidades de los usuarios.

A pesar de contar con seis técnicos para instalaciones, estos no se dan abasto debido a que el radio que maneja la empresa es extenso (Santo Domingo, La Concordia, Quevedo, Esmeraldas, Quininde).

Otro de los inconvenientes que presenta este departamento es la falta de un técnico permanente en la oficina para dar soporte a los clientes vía telefónica.

### **3.12. Dirección.**

No existe un plan de capacitación esto lo manejan desde la matriz y lo hacen ocasionalmente al área técnica, el área administrativa carece de capacitación, por lo que sería importante contar con un plan en el que involucre a todas las áreas de la organización.

### **3.13. Control de actividades.**

Actualmente se realiza control al departamento técnico los mismos que al término de la instalación entregan un formulario al cliente en el cual el cliente califica el servicio y a su vez puede citar observaciones. Estos formularios son entregados a la asistente de gerencia la misma que realiza un informe para posterior enviar a gerencia y archivar.

En el departamento comercial los asesores comerciales deben realizar un informe mensual de las ventas realizadas, el mismo que nos indica si han cumplido o no con la meta establecida y su rendimiento.

### **3.14. Análisis del FODA**

Se detalla la situación actual de la organización en cuanto a los factores externos e internos, a través de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas.

#### **3.14.1. Análisis de las fortalezas**

- Plataforma Tecnológica
- Recurso Humano
- Cobertura
- Calidad Servicio

### **3.14.2. Análisis de las oportunidades**

- Mayor utilización de las telecomunicaciones en el mercado
- Ampliación de cobertura a nivel nacional
- Proveedores de equipos con garantías
- Convenios corporativos.

### **3.14.3. Análisis de las debilidades**

- Dependencia de proveedores externos
- Carencia de proveedores de equipos en Ecuador
- No poseer un stock adecuado de equipos
- Falta de capacitación al personal

### **3.14.4. Análisis de las amenazas**

- Leyes dictadas por la CNT.
- Proveedores piratas prostituyen mercado
- Delincuencia.
- Inestabilidad del país.
- Ingreso de nueva competencia

### 3.14.5. Matriz FODA

El análisis FODA se realizará a la empresa Punto Net en Santo Domingo de los Tsachilas.

**Cuadro N° 4**  
**Análisis FODA.**

PONDERACIÓN	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
<b>FORTALEZAS</b>										
Plataforma Tecnológica										5
Recurso Humano										5
Cobertura									4	5
Calidad Servicio de Internet									4	5
<b>OPORTUNIDADES</b>										
Mayor utilización de las telecomunicaciones en el mercado									4	5
Ampliación de cobertura a nivel nacional								3	4	5
Proveedores de equipos con garantías									4	5
Convenios corporativos.									4	5
<b>DEBILIDADES</b>										
Dependencia de proveedores externos				-3						
Carencia de proveedores de equipos en Ecuador				-4						
No poseer un stock adecuado de equipos				-5						
Falta de capacitación al personal				-2						
<b>AMENAZAS</b>										
Leyes dictadas por la CNT				-2						
Proveedores piratas prostituyen mercado				-5						
Inestabilidad del país.				-4						
Ingreso de nueva competencia				-5						

Elaborado por: Díaz Martha/2009

Fuente: Punto Net Santo Domingo.

### **3.15. Estudio de mercado.**

El presente estudio se desarrollará con el fin de saber cuáles son las necesidades y los requerimientos tanto de los clientes internos como de los externos, para lo cual se procederá a realizar encuestas.

#### **3.15.1. Objetivos del Estudio de mercado.**

##### **3.15.1.1 Objetivo General.**

Establecer las debilidades que posee la empresa Punto Net, a través de encuestas realizadas a los clientes internos y externos, lo que permitirá ofrecer un mejor servicio.

##### **3.15.1.2. Objetivos Específicos**

- Conocer las necesidades del cliente interno y externo.
  
- Determinar los conflictos de la organización que permitirá plantear estrategias para mejorar el ámbito organizacional.

#### **3.15.2. Población, muestra, tamaño y cálculo**

Para el estudio de los clientes internos se tomará en cuenta a las 14 personas que laboran actualmente en la empresa, por el tamaño de la muestra se aplicará muestreo simple.

Cabe recalcar que al gerente se le realizara entrevistas, por lo que no se lo incluirá en las encuestas dirigidas a los clientes internos.

Para el estudio de los clientes externos analizaremos a los 700 clientes con los que cuenta actualmente la empresa.

### 3.15.2.1. Muestra.

La muestra se ha obtenido mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

#### Simbología:

Z = Referencias estandarizadas dando un nivel de confianza del 95% = 1.96

E = Margen máximo de error permisible del 0,085% en la presente investigación.

N = Tamaño de la Población 700 personas.

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de ocurrencia (éxito) (0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia (fracaso) (0.5)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (700)}{(0.085)^2 (700-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 112$$

### 3.16. Tabulación y análisis de las encuestas.

A continuación procederemos a analizar la situación actual de la empresa “Punto Net”, para lo cual se utilizaron técnicas de investigación que ayudaron a obtener la información de los dos grupos que intervienen, como son:

Encuestas dirigidas a clientes internos (ver anexo 1)

Encuestas dirigidas a clientes externos. (Ver anexo 2)

### 3.16.1. Análisis de las encuestas aplicadas a los clientes internos.

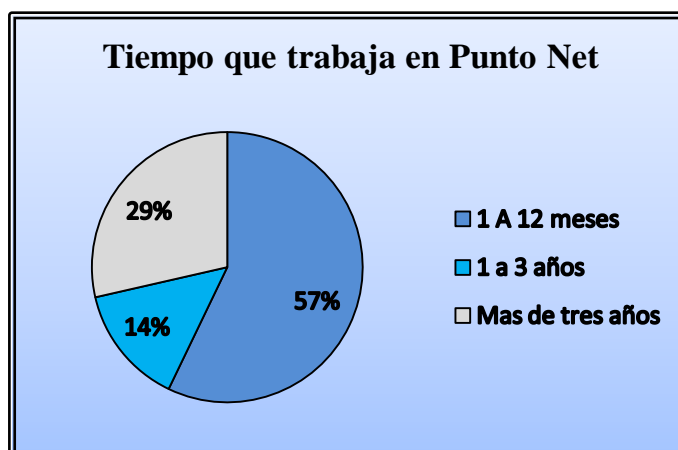
#### 1. ¿Qué tiempo tiene usted trabajando en la Empresa?

**CUADRO N° 5**  
**Tiempo que trabaja en Punto Net**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 A 12 meses	8	57%
1 a 3 años	2	14%
Más de tres años	4	29%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 3**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### **Análisis.**

El **57%** del personal que trabaja en Punto Net lleva menos de un año prestando sus servicios para la empresa, el **29%** son antiguos llevan más de tres años en la empresa, el **14%** que corresponde a dos personas llevan más de un año prestando sus servicios en la empresa, analizando estos resultados podemos determinar que la mayoría de los empleados que laboran en la organización es gente nueva.

## 2. ¿Conoce los objetivos y metas de la empresa?

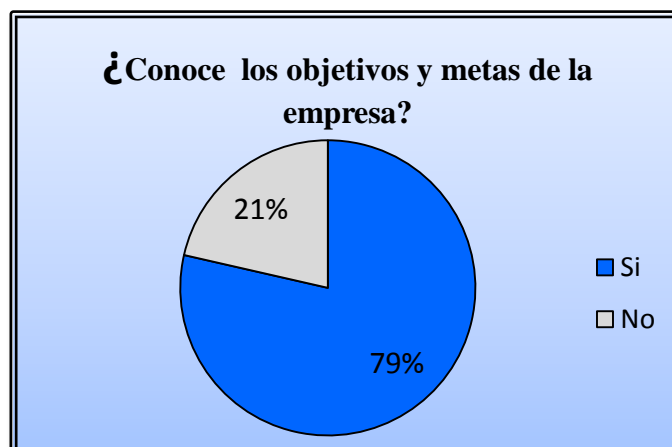
CUADRO N° 6

¿Conoce los objetivos y metas de la empresa?

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	11	79%
No	3	21%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Díaz Martha/2009  
Fuente: Punto Net Santo Domingo

Gráfico N° 4



Elaborado por: Díaz Martha/2009  
Fuente: Punto Net Santo Domingo

### Análisis.

El 79% de los encuestados conoce los objetivos y metas que pretende alcanzar la empresa, mientras que el 21% del personal no conoce a cabalidad.



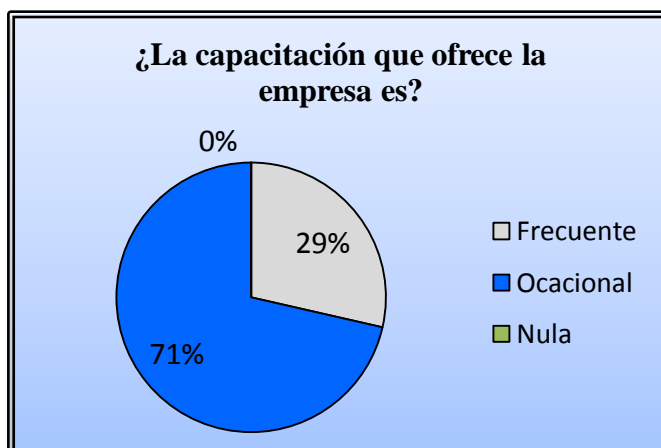
### 3. ¿La capacitación que ofrece la empresa es?

**CUADRO N° 7**  
**Capacitación que ofrece la empresa**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Frecuente	4	29%
Ocasional	10	71%
Nula	0	0%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 5**



Elaborado por: Díaz Martha/2009  
Fuente: Punto Net Santo Domingo

#### **Análisis.**

El **71%** de los encuestados indica que la capacitación que ofrece la empresa es ocasional, el **29%** señala que la capacitación es frecuente. La capacitación que brinda la empresa por lo general la realiza al área comercial y técnica mientras que se está abandonando el área administrativa lo cual estaría afectando a la organización puesto que las personas de servicio al cliente y cobranzas tienen una relación muy cercana con el cliente.

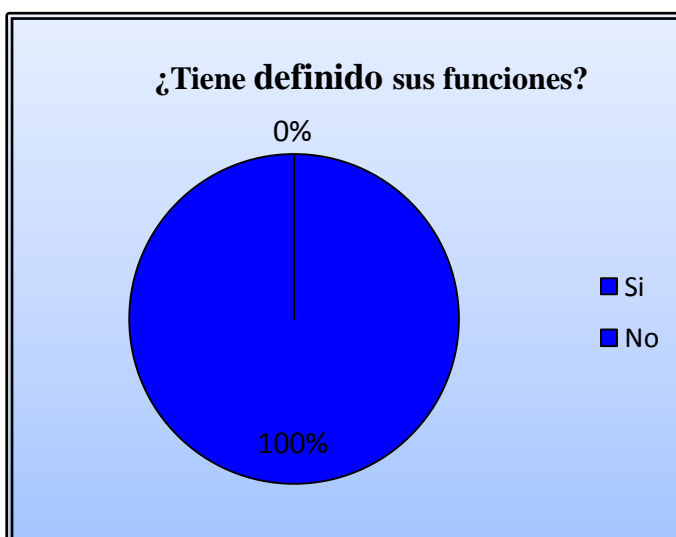
#### 4. ¿Tiene definido sus funciones y responsabilidades?

**CUADRO N° 8**  
**¿Tiene definido sus funciones?**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	14	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 6**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### **Análisis.**

Con la finalidad de verificar si el personal que labora en la empresa Punto Net tiene claras las funciones establecidas por la empresa se procedió a realizar esta pregunta a la que el **100%** del personal respondió que si conoce cuáles son sus funciones y responsabilidades.

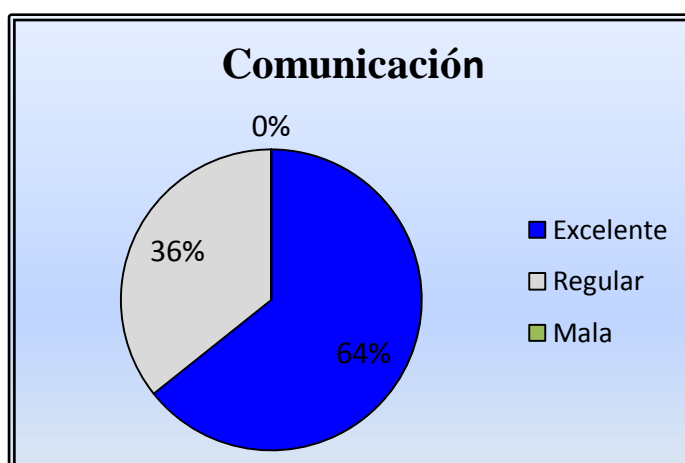
## 5. ¿La comunicación con su superior es?

**CUADRO N° 9**  
**Comunicación con su superior**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	9	64%
Regular	5	36%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 7**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### **Análisis.**

El **64%** del personal mantiene excelente comunicación con su superior, el **36%** regular, las personas que indican tener una relación regular son parte del nuevo personal.

## 6. ¿Conoce sobre otras áreas dentro de la Empresa?

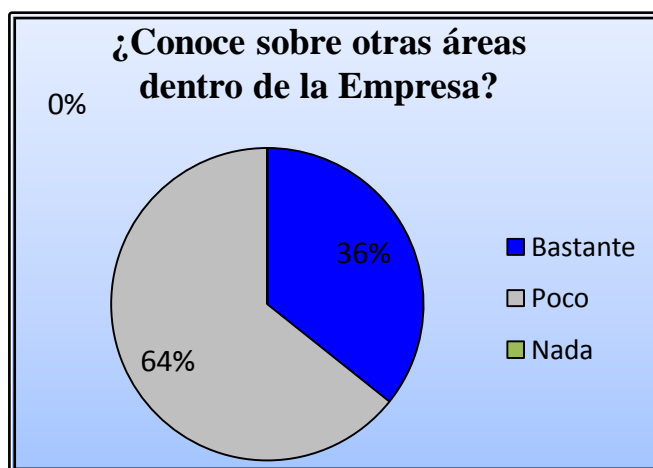
**CUADRO N° 10**

### ¿Conoce sobre otras áreas dentro de la Empresa?

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Bastante	5	36%
Poco	9	64%
Nada	0	0%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 8**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### **Análisis.**

El **64%** de los encuestados indica que conoce poco sobre otras áreas de la empresa, **36%** conoce bastante de las demás áreas.

## 7. ¿Se siente motivado en su puesto de trabajo?

**CUADRO N° 11**

**¿Se siente motivado en su puesto de trabajo?**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	9	64%
No	5	36%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 9**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### **Análisis.**

Sobre la motivación que sienten los empleados en sus puestos de trabajo respondieron de la siguiente manera. El **64%** manifestaron sentirse motivados en su puesto de trabajo, mientras que el **36%** que corresponde a cinco personas indican que no están motivados.

## 8. ¿Qué factores cree que afectan a la empresa?

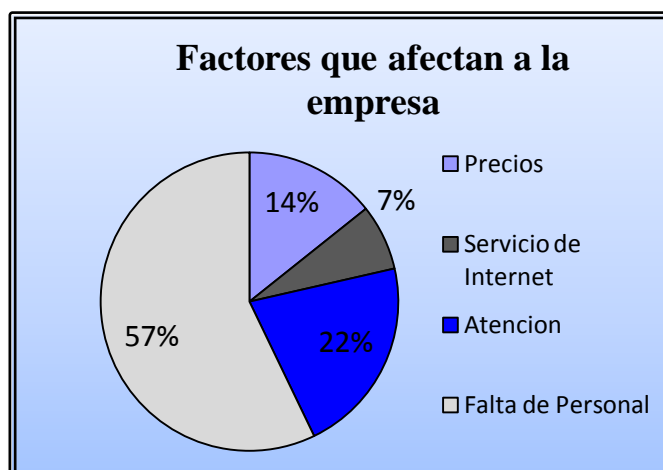
**CUADRO N° 12**

**Factores que afectan a la empresa**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Precios	2	14%
Servicio de Internet	1	7%
Atención	3	21%
Falta de Personal	8	57%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N°10**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### **Análisis.**

A cerca de los factores que los empleados creen que está afectando a la empresa respondieron de la siguiente manera. El **57%** cree que afecta la falta de personal, el **22%** la atención, el **14%** manifiesta que los precios perjudican a la empresa, y el **7%** considera que lo que afecta a la empresa es el servicio.

### 3.16.2. Encuestas dirigida a los clientes externos de Punto Net Santo Domingo.

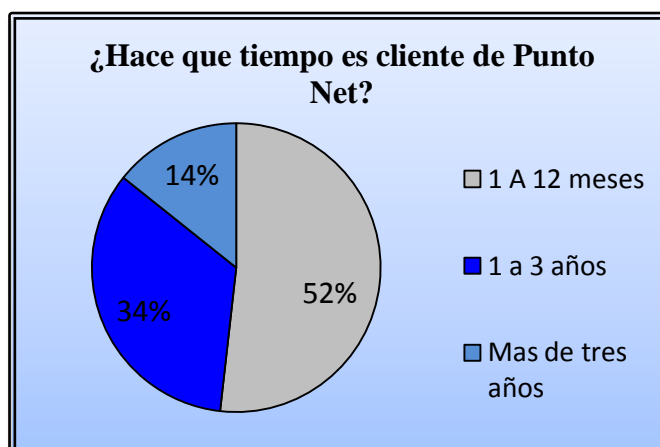
#### 1. ¿Hace que tiempo es cliente de Punto Net?

CUADRO N° 13

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 a 12 meses	58	52%
1 a 3 años	38	34%
Más de tres años	16	14%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

Gráfico N°11



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### Análisis.

El **52%** de los clientes encuestados son nuevos, mientras que el **34%** mantiene el servicio por más de un año, el **14%** corresponde a los clientes más antiguos los mismos que mantienen el servicio más de tres años. Con los resultados obtenidos podemos ver que los clientes no están satisfechos puesto que el porcentaje de clientes que mantienen el servicio por un tiempo prolongado es bastante reducido.

## 2. ¿A través de qué medios conoció Punto Net?

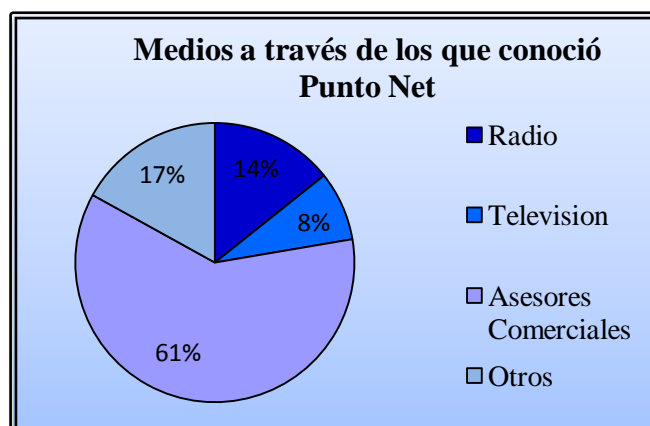
**CUADRO N° 14**

**Medios a través de los que conoció Punto Net**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Radio	16	14%
Televisión	9	8%
Asesores Comerciales	68	61%
Otros	19	17%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 12**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009

### Análisis.

Con respecto a los medios por los cuales Punto Net da a conocer el servicio los encuestados contestaron lo siguiente, el **61%** de los encuestados fue visitado por asesores comerciales por intermedio de los cuales contrataron el servicio, el **14%** y **8%** conoció el servicio a través de radio y televisión, el **17%** a través de otros medios como amistades.



### 3. ¿Conoce los servicios que ofrece Punto Net?

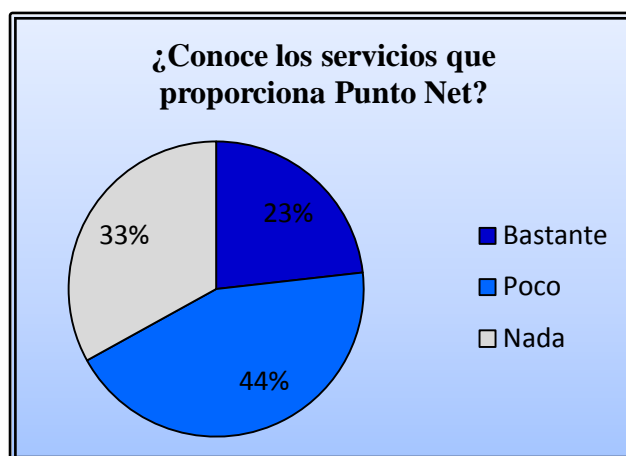
**CUADRO N° 15**

#### ¿Conoce los servicios que ofrece Punto Net?

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Bastante	26	23%
Poco	49	44%
Nada	37	33%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 13**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### **Análisis.**

Respecto al conocimiento de los clientes sobre los servicios que proporciona Punto Net. El 23% de los encuestados manifestaron que conocen bastante; el 44% respondieron que poco, es decir que la mayoría de los usuarios desconocen sobre el servicio que brinda la empresa, lo que indica que existe una falta de contacto entre el usuario y empresa. El 33% de los clientes respondieron que no conocen nada de los servicios que brinda Punto Net, lo que muestra una debilidad en la comunicación con los usuarios.

#### 4. ¿Cómo califica el servicio de Internet que provee Punto Net?

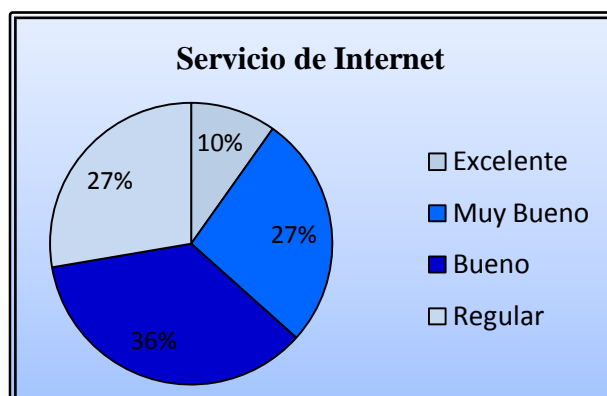
**CUADRO N°16**

**¿Cómo califica el servicio de Internet que provee Punto Net?**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	11	10%
Muy Bueno	30	27%
Bueno	40	36%
Regular	31	28%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N°14**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/ 2009

#### **Análisis.**

El **10%** de los encuestados califican a los servicios de la empresa como excelente, el **27%** de los encuestados respondieron que es muy bueno, el **36%** manifiesta que el servicio es bueno puesto, el **28%** respondió que el servicio es regular.

## 5. ¿Cómo califica la atención que brinda la empresa?

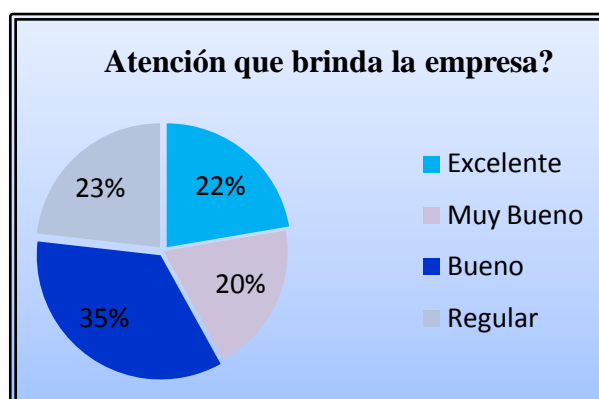
**CUADRO N° 17**

**¿Cómo califica la atención que brinda la empresa?**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	25	22%
Muy Bueno	22	20%
Bueno	39	35%
Regular	26	23%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 15**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/ 2009

### Análisis.

Con respecto a la atención que reciben los clientes respondieron así: el **2%** de los encuestados respondió que la atención es muy buena esto en lo que se refiere al trato e información por parte del personal administrativo, el **25%** señala haber recibido atención excelente las personas que los atendieron se mostraron muy amables e interesados en sus inquietudes, el **35%** y **23%** considera buena y regular la atención.

## 6. ¿Por qué prefiere el servicio que ofrece la empresa?

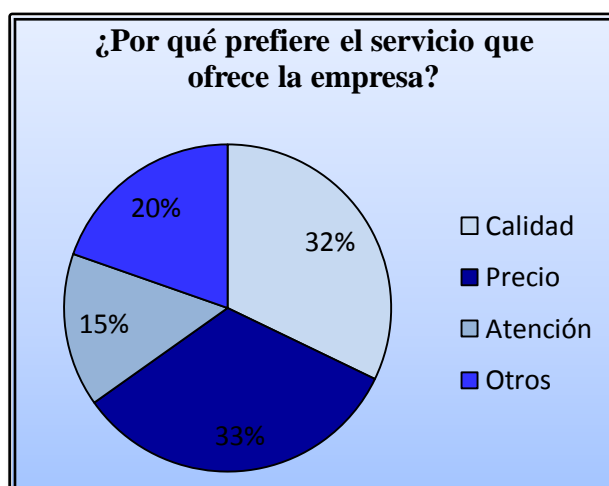
**CUADRO N° 18**

**¿Por qué prefiere el servicio que ofrece la empresa?**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Calidad	36	32%
Precio	37	33%
Atención	17	15%
Otros	22	20%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 16**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### **Análisis.**

El **32%** de los clientes prefieren los productos por calidad, mientras que un **15%** por la atención recibida, el **33%** por precio y un **22%** por otros aspectos entre ellos es que Punto Net llega con su servicio a lugares donde la competencia no lo hace. Estos datos nos indican que la empresa goza de aceptación en sus precios pero se está perdiendo la calidad del servicio.

## 7. ¿Qué aspectos considera que la empresa debería mejorar?

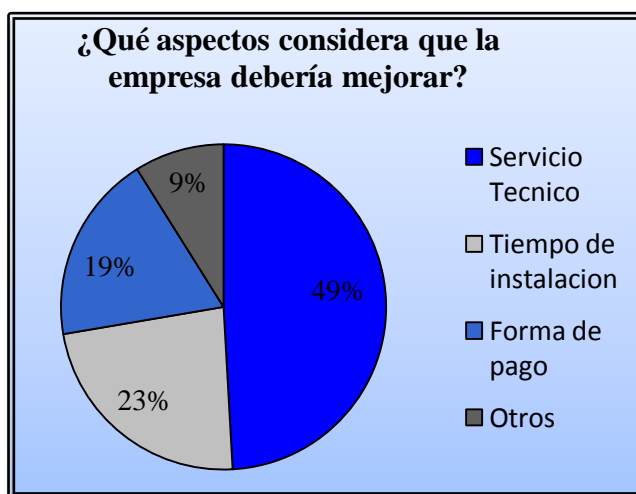
**CUADRO N° 19**

**¿Qué aspectos considera que la empresa debería mejorar?**

OPCIONES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Servicio Técnico	55	49%
Tiempo de instalación	26	23%
Forma de pago	21	19%
Otros	10	9%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

**Gráfico N° 17**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

### **Análisis.**

Acerca de lo que debe cambiar la empresa, respondieron así: El **49%** respondieron que el servicio técnico, el **19%** considera que se debería ser más flexibles en la formas de pago, el **23%** considera que el tiempo de instalación debería ser más corto, además el 9% considera que se debería mejorar otros aspectos

### **3.16.3. Resumen.**

#### **➤ Encuestas aplicadas a los clientes internos.**

La mayor parte de los empleados de **PUNTO NET** son nuevos principalmente los asesores comerciales.

El personal de **PUNTO NET** considera que la empresa debería capacitarles para poder desarrollar en forma eficiente las actividades. Además manifiestan que la falta de personal está afectando significativamente a la empresa.

#### **➤ Encuestas aplicadas a los clientes externos.**

Según los datos que arrojó la encuesta se puede decir que la mayoría de los clientes son nuevos los mismos que se convirtieron en nuestros clientes debido a la oportuna visita de nuestros asesores comerciales y su inclinación hacia nuestra empresa se dio en su mayoría al precio del servicio, tomando en cuenta que falta mucho por mejorar en el aspecto técnico.

Los clientes manifiestan que prefieren nuestros servicios en su mayoría por la cobertura que este cubre, además aducen que se debería mejorar los tiempos de instalación del servicio y la atención.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA DE UNA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA A LA EMPRESA PUNTO NET PARA MEJORAR SU GESTIÓN INTERNA Y COMPETITIVIDAD EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.

Foto No. 1  
PUNTO NET



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### 4. Antecedentes.

Para llegar a la propuesta se ha investigado mediante encuestas a los clientes externos e internos de la Empresa Punto Net., adicionalmente se ha realizado entrevistas al gerente con el fin de determinar el FODA en relación al tema propuesto. Por tanto a fin de disminuir ciertas falencias en el servicio que presta Punto Net propongo el Plan Estratégico enfocado a mejorar la gestión interna y competitividad en Santo Domingo para que sea difundido a todo el personal para que exista un compromiso en brindar una atención amable y un servicio de calidad.

#### 4.1. Misión.

Suministrar servicios de Telecomunicaciones con los más altos estándares de calidad a todos nuestros clientes mediante una eficiente organización que cuenta con el mejor recurso humano capacitado para asumir el reto de superar las expectativas de todos los usuarios de Internet que posee el Ecuador.

#### 4. 2. Visión.

Ser reconocida en el Ecuador como la empresa de mayor éxito en la convergencia de telecomunicaciones mediante la aplicación del mejoramiento continuo y abierto a las innovaciones, tendencias tecnológicas y necesidades de nuestros clientes, generando crecimiento económico y desarrollo social para el país.

#### 4. 3. Valores corporativos

- **Honestidad y Transparencia:** Promovemos la integridad del recurso humano, que actúa ética y honestamente, con total transparencia en sus actos, proporcionando información real a los usuarios del servicio.
- **Calidad en el Servicio:** Nos comprometemos a mantener la continuidad del servicio, mediante la colaboración de un personal técnicamente calificado y responsable, asegurando la satisfacción de los clientes.
- **Respeto.-** Punto Net toma en cuenta el respeto mutuo en su trato diario con sus compañeros, autoridades y clientes demostrando actitudes de consideración y cortesía.



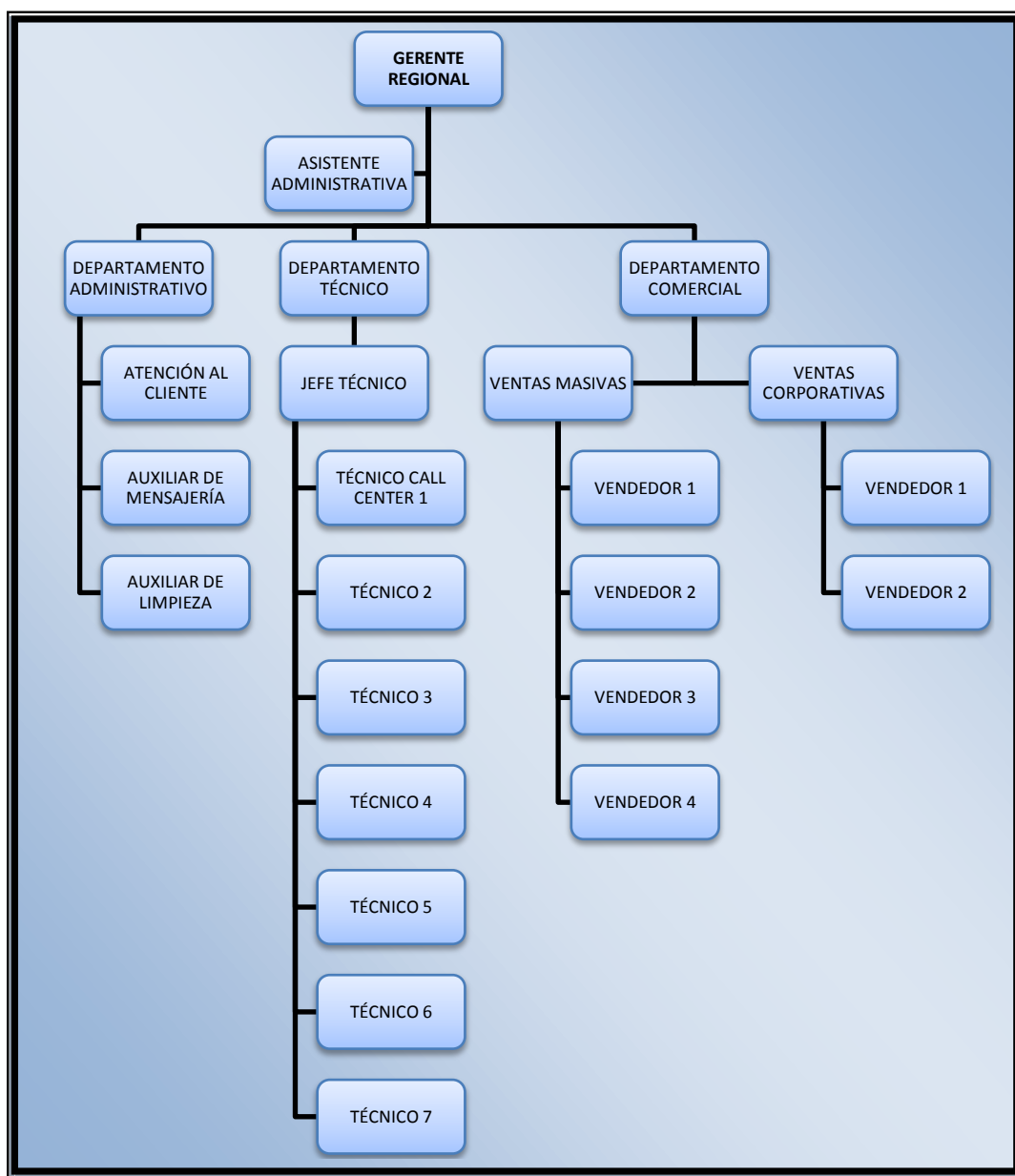
- **Trabajo en equipo.-** Promovemos la unión y el compromiso del personal para alcanzar las metas propuestas, trabajamos uniendo esfuerzos individuales para alcanzar esfuerzos institucionales
  
- **Compromiso de servicio.-** nuestro compromiso es proporcionar un excelente servicio que se anticipe a las expectativas de los usuarios.
  
- **Capacitación Permanente:** Contar con un personal motivado y técnicamente especializado de acuerdo al avance tecnológico, que de soluciones oportunas a las necesidades de los clientes.
  
- **Puntualidad.-** Los clientes exigen a tiempo las instalaciones.

#### 4.4. Organigrama estructural propuesto.

En el organigrama propuesto a **PUNTO NET**, se plantea la creación de un nuevo puesto como lo es un técnico Call Center el mismo que será el encargado de dar soporte telefónico a los clientes que presentasen inconvenientes con el sistema.

**Gráfico # 19**

**Organigrama estructural de la empresa Punto Net**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### **4.5.1. Funciones Propuestas.**

Para el correcto funcionamiento de la empresa “PUNTO Net S.A.” se estructurará un manual de funciones que implica determinar las actividades del personal que labora en la misma.

#### **4.5.2. Manual de funciones.**

El presente Manual de Funciones del Personal ha sido elaborado con el propósito de brindar información en forma clara y sencilla acerca de la descripción de puestos y pretende servir como instrumento de apoyo para mejorar la administración del personal y en particular los aspectos relacionados con su selección, distribución de labores, su capacitación y desarrollo.

Todo el personal que trabaja en la Agencia Santo Domingo debe cumplir con el manual de funciones que se propone para cada puesto.

A continuación se especifica el manual de funciones para el personal.

#### **Gerente Regional.**

##### **Perfil.**

- Título de nivel superior en Administración de empresas o Telecomunicaciones.
- Poseer conocimientos de informática.
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares.
- Ser líder.
- Don de mando.
- Habilidad para negociar.
- Capacidad de negociación.
- Capacidad de planificación y gestión.

**Funciones:**

- Ser el representante legal, judicial y extrajudicialmente de Punto Net Santo Domingo ante otras entidades.
- Planificar las actividades a corto, mediano, y largo plazo de la agencia.
- Establecer políticas de control interno para el logro de los objetivos.
- Dirigir y controlar de manera permanente, rigurosa y metódica los planes establecidos por las Áreas de Administración, Ventas, y Técnico.
- Elaborar informes administrativos de la Agencia con respecto al cumplimiento de las ventas.
- Realizar y participar en reuniones con el personal de Punto Net.
- Seleccionar y Contratar al personal de la Empresa.
- Verificar los resultados óptimos de la recuperación de cartera mensual.
- Realizar alianzas estratégicas con empresas de la localidad.
- Orientar y supervisar el cumplimiento de objetivos y metas comerciales y de recuperación de cartera.

**Asistente Administrativa.****Perfil.**

- Mujer
- Edad entre 20 a 28 años
- Estudios superiores en Administración de Empresas.
- Experiencia en Atención al cliente y ventas.
- Sólidos conocimientos de Microsoft Office, Excel e Internet.
- Excelentes Relaciones Humanas.
- Disponibilidad de tiempo completo.

**Funciones:**

- Brindar una atención cordial y amable a todos los clientes

- Recepción de llamadas.
- Gestión de Cobranzas a clientes con planes corporativos.
- Pasar reporte de cartera en forma mensual al jefe de área
- Receptar reclamos, cartas de suspensiones y oficios de los clientes
- Verificar que los contratos de los clientes nuevos estén ingresados al sistema de facturación.
- Estar al tanto de los pagos de los servicios básicos.
- Controlar la asistencia de todo el personal.
- Actualizar las actividades programadas por la Gerencia General.
- Emitir las facturas a la empresa encargada de la entrega.
- Enviar y Archivar la correspondencia.
- Archivar contratos de planes corporativos.
- Otras actividades de acuerdo a su función.

### **Atención al cliente.**

### **Perfil.**

- Mujer
- Edad entre 20 a 28 años
- Estudios superiores en Administración de Empresas.
- Experiencia en Atención al cliente y ventas.
- Sólidos conocimientos de Microsoft Office, Excel e Internet.
- Excelentes Relaciones Humanas.
- Disponibilidad de tiempo completo.

### **Funciones:**

- Archivar una copia de los nuevos contratos de planes personales y enviar a la matriz el original
- Cobranza a los clientes con planes personales
- Receptar cartas de suspensión

- Coordinar con los técnicos la fecha de suspensión del servicio a clientes con planes personales por mora o suspensión definitiva
- Coordinar con los técnicos la activación del servicio a clientes que estén al día en sus pagos.
- Receptar e ingresar al sistema las actas de entrega de servicio.
- Otras actividades de acuerdo a su función.

### **Auxiliar de mensajería.**

#### **Perfil.**

- Hombre
- Edad entre 20 a 35 años
- Bachiller
- Disponibilidad de tiempo completo
- Conocer la ciudad
- Licencia de conducir tipo “D”
- Ser Honrado
- Excelentes relaciones personales.

#### **Funciones.**

- Entregar correspondencia y cheques de proveedores
- Realizar las gestiones bancarias
- Entrega de facturas a clientes corporativos
- Cobrar clientes con planes corporativos

### **Auxiliar de Limpieza.**

#### **Perfil.**

- Máximo Título Bachiller.

- Ser educado, respetuoso y paciente.
- Buenas referencias personales.

**Funciones:**

- Realizar la limpieza de la oficina.
- Llevar un control de los utensilios de limpieza.
- Mantener limpias las toallas y vajilla de la oficina.
- Realizar el pedido de los productos de aseo y limpieza necesarios para el uso del personal de oficina.

**Jefe Técnico.****Perfil.**

- Hombre
- Edad entre 25 a 35 años
- Título en Ingeniería de Sistemas o Telecomunicaciones.
- Experiencia mínimo 1 año en redes de comunicación de voz y datos.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Don de mando.
- Buen manejo de relaciones interpersonales

**Funciones:**

- Realizar y hacer cumplir el cronograma de actividades
- Supervisar el Sistema Integral de Comunicaciones, dentro de Oficinas Centrales.
- Mantener el inventario y control de los programas y equipos que están asignados en la oficina de la Agencia Santo Domingo.
- Atender los reportes de fallas del Sistema Integral de Comunicaciones, manteniendo un registro de contingencias.

- Asegurar el buen funcionamiento en las redes de comunicación de voz y datos de la empresa, proporcionando el mantenimiento preventivo y correctivo de sus componentes mediante los proveedores para el caso.
- Entrega de equipos de instalación a los técnicos.
- Asistencia en instalaciones.
- Reportes mensuales de instalaciones

### **Técnico Call Center.**

#### **Perfil.**

- Hombre o mujer
- Edad entre 22 a 35 años
- Estudio superiores en Ingeniería de Sistemas o Telecomunicaciones
- Experiencia en Redes.
- Tener una excelente atención y servicio al cliente.

#### **Funciones.**

- Soporte telefónico a los usuarios que presenten inconvenientes con el servicio.
- Elaborar y entregar informes de los inconvenientes que no fueron solucionados vía telefónica.

### **Técnico 1-2-3-4-5-6.**

#### **Perfil.**

- Hombre
- Edad entre 20 a 35 años
- Estudio superiores en Ingeniería de Sistemas o Telecomunicaciones
- Experiencia en Redes.
- Tener una excelente atención y servicio al cliente.



**Funciones:**

- Cumplir con el cronograma de actividades establecido.
- Instalar el servicio de internet.
- Dar soluciones a los inconvenientes que se presenten con el servicio de Internet
- Retiro de equipos a clientes que suspenden el servicio
- Realizar reporte diario de instalaciones.
- Realizar informes mensuales de instalaciones

**Vendedor 1-2-3 y corporativo.****Perfil.**

- Hombre o mujer
- Edad entre 20 a 35 años
- Buena presencia
- Estudios superiores en marketing o administración de empresas
- Experiencia en ventas.
- Buenas relaciones humanas.
- Manejo de programas de informática e internet.
- Capacidad de negociación.

**Funciones:**

- Impulsar los servicios dentro y fuera de la oficina
- Dar a conocer al cliente las bondades del servicio
- Realizar visitas para ofrecer los productos y la apertura de nuevos clientes
- Elaboración y control de los contratos de los nuevos clientes.
- Cumplir con las metas propuestas por la empresa cada mes.
- Coordinar con los técnicos la instalación del servicio a nuevos clientes
- Pos-venta durante los tres primeros meses
- Buscar nuevos clientes

- Vender los productos y servicios que ofrece Punto Net.
- Controlar que los contratos firmados por los clientes sean ingresados en el mes de la venta por la persona encargada de realizar el ingreso en el sistema de facturación.
- Control de las mensualidades de los clientes nuevos los tres primeros meses.
- Reportar las ventas realizadas para el cierre del fin de mes.
- Realizar cotizaciones para los clientes.

#### 4.6. Análisis del FODA.

El análisis FODA resulta del estudio de mercado tanto a los clientes internos y externos de PUNTO NET, del mismo modo refleja las entrevistas con los directivos y observación de campo.

**CUADRO N° 20**  
**Factores Internos-Externos**

<b>MICRO AMBIENTE</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Personal calificado y con experiencia.	Escasa Capacitación al Personal
Cobertura	Falta de personal
Calidad de los equipos para instalaciones	Carencia de proveedores de equipos en Ecuador
Precios competitivos	
Excelente ambiente laboral	Falta de publicidad local
Plataforma Tecnológica	No realiza Post-Venta
<b>MACRO AMBIENTE</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Mayor utilización de las telecomunicaciones en el mercado	Proveedores piratas prostituyen mercado
Ampliación de cobertura a nivel nacional	Competencia desleal
Proveedores de equipos con garantías	Medidas gubernamentales ante las importaciones.
Convenios corporativos.	Ingreso de nueva competencia
Publicidad local	Inestabilidad del país.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### 4.6.1. Matriz Axiológica para Valorar Factores Internos.

La matriz de factores críticos internos nos permite evaluar las fortalezas y debilidades importantes de la gerencia, recursos humanos y tecnología. Suministrando una base para analizar las relaciones internas entre las áreas funcionales de la empresa.

Esta matriz se elabora con pesos no ponderados y con una escala de 1 a 5 para las fortalezas, calificando a (1) como fortaleza menor y a (5) como una fortaleza importante. Las debilidades con una escala de (-1) a (-5), en donde se asigna también una calificación, es decir calificando (-1) debilidad menor y a (-5) debilidad importante.

CUADRO N° 21

Matriz Axiológica para Valorar Factores Críticos Internos

FACTORES	DEBILIDADES					FORTALEZAS				
	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
Personal calificado y con experiencia.										●
Escasa Capacitación al Personal			●							
Cobertura										●
Falta de personal		●								
Calidad de los equipos para instalaciones.										●
Carencia de proveedores nacionales de equipos con garantías	●									
Precios competitivos										●
Falta de publicidad local			●							
Excelente ambiente laboral										●
No realiza Post. Venta		●								
Plataforma Tecnológica										●

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### **4.6.1.1. Análisis de los Factores Críticos Internos.**

##### **a) Debilidades.**

- La falta de proveedores en Ecuador de los equipos necesarios para las instalaciones (-5), es uno de los factores que afecta a la empresa para poder brindar un servicio eficiente a los usuarios ya que esto hace que cuando se termine el stock se paralice las instalaciones.
- La falta de personal tanto en el área técnica como comercial (-4), es uno de los factores que perjudica a la empresa, ya que la misma se encuentra en crecimiento, por esta razón deberían incrementar técnicos con la finalidad de captar más clientes y personal técnico para atender las solicitudes de los usuarios y disminuir el tiempo para la entrega del servicio.
- La publicidad que presenta la empresa lo realiza a través de medios nacionales no locales, lo cual influye significativamente puesto que la competencia está usando estos medios para llegar a posicionarse en la mente de los clientes potenciales.
- Se ha considerado una debilidad la escasa capacitación al personal (-3), ya que en la actualidad nos enfrentamos a un entorno cada vez más competitivo.
- El personal necesita capacitación permanente para satisfacer las necesidades de los clientes y el crecimiento de la organización.

**b) Fortalezas.**

- Punto Net ha procurado contar con una buena plataforma tecnológica para atender la demanda del servicio de internet (5), esto hace que nos diferenciamos de la competencia y brindemos un mejor servicio a nuestros usuarios.
- Punto Net llega con su cobertura (4) a más usuarios en Santo Domingo y se esfuerza por mantener la continuidad del servicio y lealtad de los usuarios con precios competitivos y planes accesibles.
- Los equipos que utiliza Punto Net para comercializar el servicio poseen altos estándares de calidad, lo cual garantiza un riesgo mínimo en la avería de los mismos.
- El personal de Punto Net ha demostrado dedicación en sus labores, y desarrollan sus actividades en medio de un excelente clima laboral.

**4.6.2. Matriz Axiológica para Valorar los Factores Externos.**

La matriz de factores críticos externos relaciona las oportunidades con las amenazas de mayor impacto, éste será un primer acercamiento a la formulación de estrategias, ya que los resultados permitirán determinar los factores que pueden afectar el desempeño de la empresa.

Esta matriz al igual que la anterior se elabora con pesos no ponderados y con una escala de 1 a 5 para las oportunidades, calificando a (1) como una oportunidad menor y a (5) como una oportunidad importante. Las amenazas con una escala de (-1) a (-5), en donde se asigna también una calificación, es decir calificando (-1) amenaza menor y a (-5) amenaza importante.

CUADRO # 22

## Matriz Axiológica para Valorar Factores Críticos Externos

FACTORES	AMENAZAS					OPORTUNIDADES				
	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
Proveedores piratas prostituyen mercado	●									
Mayor utilización de las telecomunicaciones en el mercado										●
La competencia desleal		●								
Ampliación de cobertura a nivel nacional										●
Medidas gubernamentales ante las importaciones.	●									
Proveedores de equipos con garantías										●
Ingreso de nueva competencia		●								
Convenios corporativos.										●
Inestabilidad del país.		●								
Publicidad local										●
Post-Venta										●

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Díaz Martha/2009.

#### 4.6.2.1. Análisis de los Factores Críticos Externos.

##### a) Amenazas.

- En la actualidad existen proveedores piratas (-5), ofrecen el servicio a precios más bajos, lo cual está afectando a Punto Net puesto que se presentan con precios más bajos, pero a su vez no garantizan el servicio, se diseñar estrategias para contrarrestar este factor.
- En las amenazas se ha considerado las medidas gubernamentales ante las importaciones (-5), puesto que parte importante de las herramientas utilizadas para el desarrollo de las actividades de la empresa son los equipos importados y cualquier

medida gubernamental para las importaciones estaría afectando significativamente el desenvolvimiento de las actividades.

- El ingreso de la competencia es considerada una amenaza, ya que muchas empresas para ingresar al mercado lo hacen en forma desleal ocasionando pérdidas a las que ya están operando.

### **Oportunidades**

- El crecimiento tanto poblacional como comercial de la zona se ha convertido en una oportunidad para Punto Net, ya que el mercado se incrementa y el uso de las telecomunicaciones aumenta, esto nos permite incrementar nuestra cartera de clientes.
- Al ser Punto Net una empresa reconocida en el medio tiene la oportunidad de realizar convenios corporativos.
- La ampliación de la cobertura a nivel nacional es una oportunidad que tiene la empresa, actualmente este es uno de los aspectos que nos diferencia de la competencia, pero aun existen lugares con mucha demanda insatisfecha.
- En la oportunidades se ha considerado la fabricación nacional de equipos necesarios para el servicio los mismos que sean garantizados, con esto estaríamos mejorando notablemente el servicio, mantendríamos un stock de equipos para instalaciones y reparaciones
- Con la finalidad de difundir mas nuestro servicio se ha considerado la publicidad en a través de medios locales y actos sociales.

#### 4.7. Matriz FODA

**CUADRO # 23**

**Matiz FODA.**

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Situación Externa \ Situación Interna	1. Personal calificado y con experiencia
2.- Cobertura	2.-Falta de personal		
3.- Calidad de los equipos de instalación .	3.- No realizar Post-Venta		
4.- Precios competitivos	4.-Carencia de proveedores de equipos para instalaciones en Ecuador		
5.- Excelente ambiente laboral			
6.- Plataforma Tecnológica	5.- Falta de publicidad local		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS-F-O	ESTRATEGIAS-D-O
1. Mayor utilización de internet el mercado	(F1;F2;F4;O1;O4) (F3;F4;F6;O7)	(D3-O6 ) (D5;O5)	
2.- Ampliación de cobertura a nivel local			
3.-Proveedores de equipos con garantías			
4.-Convenios corporativos.			
5.-Publicidad local			
6.Servicio Post-venta			
7.-Competencia agresiva			
AMENAZAS		ESTRATEGIAS F-A	ESTRATEGIAS D-A
1.- Proveedores piratas prostituyen mercado	(F3;A4)	(D1;D4;A4)	
2.- Competencia desleal			
3.- Medidas gubernamentales ante las importaciones			
4.- Ingreso de nueva competencia			
5.- Inestabilidad del país.			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Díaz Martha/2009.

##### 4.7.1. Diagnóstico.

Punto Net S.A. es una empresa muy renombrada en el medio por tanto debemos aprovechar las oportunidades que el mercados nos presenta como es la utilización de Internet, fortaleciéndonos así de una plataforma tecnológica para poder ser pioneros en el mercado brindando a cada uno de nuestros clientes un servicio de calidad; mejorando los procesos internos, cuidándonos de las amenazas que se presentan día a día en el mercados; surtiéndonos de mejores y nuevas tecnologías para poder rebatir con la competencia.



En este sentido se hace necesario el desarrollo de una Planeación Estratégica como instrumento para mejorar la gestión interna y por ende ser más competitivos, dicho instrumento debe ser cumplido a cabalidad y que se presenta a continuación.

#### **4.8. Determinación de objetivos y estrategias.**

##### **4.8.1. Objetivo General.**

Desarrollar una Planeación Estratégica aplicada a la empresa Punto Net, mediante la formulación de estrategias que permitan mejorar la gestión interna y competitividad en Santo Domingo de los Tsachilas.

##### **4.8.2. Objetivo Especifico No. 1**

Aprovechar el recurso humano y la cobertura de la que goza Punto Net a fin de captar nuevos clientes y expandir convenios corporativos.

##### **Estrategias (F1; F2; F4; O1; O4).**

- Realizar convenios con empresas por la contratación del servicio Banda Ancha el primer mes recibe el 30% de descuento, además al pasar del año el servicio se renovará y se ampliará la velocidad al doble de lo que tiene contratado. (ver anexo 3)
- Convenios con hoteles como Hotel Zaracay, Grand Hotel Santo Domingo, Hotel Tropical Inn, Hotel Ida María que nos informen los congresos y seminarios mensuales que poseen, para comercializar nuestro producto Wi-fi Home y otros, con una exposición, a cambio se le otorgará la institución un plan Dial up, sin costo de 25 horas mensuales.
- Establecer descuentos a grupos de 5 personas que vivan en un mismo barrio.

- Convenios con proveedores de computadores en Santo Domingo (Súper Paco, Constelación.Net, Syscomp, Sony), por la contratación del servicio banda ancha se le otorgara 10 cupones con un mes gratis de internet, los mismos que serán entregados por la compra de un computador.

#### **4.8.3. Objetivo Especifico No. 2**

Mejorar la atención al cliente a través de un servicio eficiente, responsable y amable para cumplir las expectativas de los usuarios.

#### **Estrategias (F3; F4; F6; O2; O7).**

- Asesorar a los clientes que el servicio es el más aconsejable y que nuestro personal técnico esté dispuesto a brindar soporte permanentemente y solucionar cualquier inconveniente que se presente.
- Crear un buzón de correo electrónico donde los clientes escribirán sus sugerencias y nos harán llegar, las mismas que serán atendidas por el personal de la empresa a la brevedad posible.
- Modificar el contrato con la empresa encargada de la distribución de facturas para que las mismas sean entregadas máximo hasta el 13 de cada mes, de esta manera los clientes que no tuvieron saldo disponible en sus cuentas el primero, deberán depositar para realizarles el débito el día 15.
- Contratar dos técnicos uno para dar soporte desde la oficina y otro para que colabore con las instalaciones, ya que existe bastante demanda del servicio y falta personal para atender las solicitudes en menor tiempo.
- Recibir pasantes universitarios para el área técnica, los mismos que estarán apoyando en las instalaciones a los técnicos, esto se lo haría como un aporte a lo comunidad estudiantil de la provincia, además mantendremos una base de datos de estos practicantes para futuras contrataciones de personal.

#### **4.8.4. Objetivo Especifico No. 3**

Renovar los productos y ofrecer buena atención a los clientes con respecto a los servicios que ofrece Punto Net y comparar con la competencia para así lograr que nuestro producto sea reconocido y preferido por los usuarios de Internet.

##### **Estrategias (F3; A4)**

- Promover la venta de tarjetas ilimitadas pre pago. Este producto está dirigido a consumidores sin cuentas bancarias, turistas, estudiantes. (ver anexo 4)
- Aceptar la compra del servicio a las personas que no poseen cuenta bancaria (requisito para contratar el servicio), previo la presentación de un certificado comercial que acredite su responsabilidad de pago, además se les revisará en el burú de crédito, si la calificación está entre Ay B, se aceptara el pago en efectivo.
- Establecer descuentos por la contratación del servicio, el cliente recibe el primer mes el 50% de descuento, además una limpieza y/o actualización completa de virus a su computador.
- Realizar charlas informativas a los usuarios, sobre las sanciones y riesgos al utilizar los servicios de proveedores piratas.

#### **4.8.5. Objetivo Especifico No. 4**

Cumplir con actividades de soporte al cliente, a fin de obtener clientes satisfechos y lograr que se identifique con nuestra organización.

##### **Estrategias (D4; O6)**

- Realizar seguimiento a los clientes por el servicio otorgado por la empresa, así como las formas de pago durante los tres primeros meses, pasado ese tiempo si el cliente no se reporta el asesor deberá realizar una llamada mensual.

- Enviar por correo electrónico información sobre promociones, lanzamientos de nuevos productos y formas para mantener un servicio de calidad.
- Prestar atención oportuna a las sugerencias emitidas por los clientes. (comportamiento del servicio, sugerencias de cambios o mejoras, etc.).
- Crear una base de datos clientes, con fechas de cumpleaños y enviar a los buzones de correos felicitaciones, por esta fecha tan importante, para que los clientes noten que estamos pendientes de ellos.

#### **4.8.6. Objetivo Especifico No. 5**

Realizar alianzas estratégicas con medios publicitarios, de comunicación e información local para lograr ser reconocidos y estar en la mente de nuestro futuro cliente.

#### **Estrategias (D6; O5)**

- Crear alianzas publicitarias con empresas organizadoras de eventos, con el fin de ser auspiciantes oficiales en los eventos que se realicen. (Ver anexo N° 5).
- Distribuir hojas volantes en las que se detalle información de los servicios y productos que ofrece Punto Net. (Ver anexo N° 6 y 7).
- Realizar convenios de canjes con estaciones radiales, para difusiones mensuales de los productos y servicios que ofrece PUNTO NET. (Ver anexo N° 8)
- Realizar una campaña publicitaria por Radio Zaracay y prensa escrita Diario La Hora, puesto que tiene buena cobertura a nivel local, se realizará semestralmente. (Ver anexo N° 9 y 10).
- Colocar stands en los principales eventos que se realicen en la provincia (fundación, cantonización, provincialización, mes de la cultura), los mismos que contarán con asesores comerciales que serán los encargados de promocionar y vender el servicio.

#### 4.8.7. Objetivo Especifico No. 6

Establecer y mantener un adecuado nivel de capacitación y motivación del personal de Punto Net.

#### Estrategias (D1; D3; A4).

- Realizar un plan de capacitación al personal en temas referentes a la actividad que cada uno realiza, de acuerdo a los requerimientos de cada área, con el fin de ofrecer mejores alternativas y llenar las expectativas de los clientes.
- Motivar al personal de PUNTO NET, considerando que es un aspecto fundamental para ofrecer una atención excelente, mejorando de esta forma el ambiente de trabajo.

En el siguiente cuadro se indica los cursos a realizarse, el área beneficiada, horas de duración, cantidad de personas que asistirán, costo por cada curso, (Ver anexo N° 11).

La empresa “Desarrollo Humano Empresarial” será la encargada de ofrecer la capacitación al personal y coordinar el lugar con la empresa Punto Net.

**CUADRO N° 24**  
**PLAN DE CAPACITACIÓN**

TEMAS	ÁREA	HORAS	PERSONAS	COSTO	RESPONSABLE
Motivación y Formación Humana	Administrativo/ Operativo	8	15	600	Desarrollo humano empresarial Gerente
Calidad en atención al cliente	Administrativo/ Operativo	8	15	600	Desarrollo humano empresarial Gerente
Técnicas de ventas	Comercial	8	5	200	Desarrollo humano empresarial Gerente
Seguridad industrial	Operativo	8	6	240	Desarrollo humano empresarial Gerente
<b>Total</b>				<b>\$1640</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

- Realizar reuniones de trabajo cada trimestre en donde participarán los directivos y personal de la empresa para analizar el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas por la organización y buscar alternativas que ayuden a solucionar los problemas. El gerente deberá proponer y aplicar las herramientas más idóneas para mantener un adecuado clima organizacional al interior de la empresa, dónde se debe obtener niveles de productividad y motivación del recurso humano.

#### **4.9. Indicadores**

Los indicadores son una herramienta de Control Interno en la que permite hacer una evaluación del cumplimiento de metas y objetivos de una organización. Es importante indicar que para la aplicación de estos indicadores de gestión es necesario que la empresa cuente con una planificación óptima a manera que facilite la aplicación de los indicadores. Para ello definiremos los siguientes conceptos:

**Indicador.-** Es la fuente de medición de cualquier objetivo, meta o proceso.

**Estándar.-** Constituyen los parámetros óptimos de comparación.

**Índice.-** Es el resultado de la comparación entre el indicador y el estándar. Es usual utilizarlo a manera de porcentaje.

Para tener un control del empleo de recursos en el cumplimiento de las estrategias y objetivos, se establece los indicadores de gestión en el plan operativo anual.

#### **4.10. Financiamiento**

PUNTO NET tiene financiamiento propio ya que la matriz se encuentra en Quito y cuenta con varias Agencias las cuales les solventa para cualquier inversión que deseen hacer en las diferentes plazas

**CUADRO N° 25  
PLAN OPERATIVO ANUAL**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	RECURSOS			RESPONSABLE	TIEMPO	COSTO	INDICADORES DE GESTIÓN
			FINANCIERO	TECNOLÓGICO	HUMANO				
Desarrollar una Planeación Estratégica a la empresa Punto Net, mediante la formulación de estrategias que permitan mejorarla gestión interna y competitividad en Santo Domingo de los Tsachilas.	Aprovechar el recurso humano y la cobertura.	Realizar convenios de descuentos con empresas, al pasar el año, el servicio se renovará y se duplicará la velocidad.	X		X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Convenios con empresas/Total de Convenios
		Convenios con hoteles organizadores de eventos.	X		X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Convenios con hoteles/Total de Convenios
		Establecer descuentos a grupos de 5 personas que vivan en un mismo barrio.	X		X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Convenios con grupos barriales/Total de Convenios
		Convenios con proveedores de computadores	X		X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Convenios con proveedores de computadores/Total Convenios
	Mejorar la atención al cliente a través de un servicio eficiente, responsable y amable para cumplir las expectativas de los usuarios	Asesorar a los clientes que el servicio es el más aconsejable			X	Asesores Comerciales	1 año	-	Eficacia=Clientes satisfechos/Total de Clientes
		Crear un buzón de correo electrónico de sugerencias.		X	X	Departamento Técnico	1 año	-	Eficacia=Clientes satisfechos/Total de sugerencias.
		Modificar el contrato con la empresa encargada de la distribución de facturas			X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Facturas entregadas a los clientes/Total de facturas.
		Contratar dos técnicos uno para dar soporte desde la oficina y otro para instalaciones	X		X	Jefe Técnico	1 año	700,00	Calidad Servicio Cliente =Clientes satisfechos /Total de clientes
		Recibir practicantes universitarios en el área técnica			X	Jefe Técnico	1 año		Estudiantes Practicantes/Total de prácticas realizadas
	Renovar los productos y ofrecer buena atención a los clientes.	Promover la venta de tarjetas ilimitadas pre pago.	X		X	Departamento Comercial	3 meses	-	Eficacia=Venta de tarjetas pre-pago/Total de tarjetas vendidas..
		Forma de pago			X	Asesores Comerciales	1 año	-	Eficiencia=Usuarios aptos en el burú de crédito/Total de usuarios
		El primer mes el 30% de descuento, limpieza y/o actualización completa de virus a su computador.			X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Descuentos/Total de Clientes que reciben descuentos
		Realizar informativas, sobre los riesgos al utilizar los servicios proveedores piratas.	X		X	Asesores Comerciales	6 meses	100,00	Eficacia=Charlas realizadas/Total de charlas programadas.

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	RECURSOS			RESPONSABLE	TIEMPO	COSTO	INDICADORES DE GESTIÓN	
			FINANCIERO	TECNOLÓGICO	HUMANO					
	Cumplir con actividades de soporte al cliente.	Seguimiento al cliente	X		X	Gerente	1 año	-	Calidad Servicio Cliente =Clientes satisfechos /Total de clientes.	
		Enviar por mail promociones de productos, o lanzamiento de nuevos productos		X	X	Asesores Comerciales	1 año	-	Eficacia=Clientes satisfechos por información/Total clientes.	
		Tratamiento de la información recibida del cliente.		X	X	Departamento Administrativo /Técnico	1 año	-	Eficacia=Clientes satisfechos por la atención recibida/Total de clientes atendidos	
		Implementar una base de clientes, con fechas de cumpleaños		X	X	Departamento Administrativo	1 año	-	Calidad Servicio Cliente =Clientes satisfechos /Total de clientes	
	Realizar alianzas estratégicas con medios publicitarios, de comunicación e información local.	Alianzas de publicidad con organizaciones para ser auspiciantes en los eventos.	X		X	Gerente	1 año	-	Eficacia=Alianzas publicitarias/Total de alianzas	
		Hojas volantes.	X		X	Gerente	1 año		Eficacia=Hojas volantes /Total de hojas volantes programadas	
		Canjes de servicios con Zaracay TV		X	X	Gerente	1 año	-	Eficacia= Convenios de canjes con Zaracay TV/Total Convenios.	
		Campaña publicitaria por Diario La Hora y Radio Zaracay	X		X	Gerente	6 meses	2583,84	Eficacia= Publicaciones en medios locales/Total Publicaciones	
		Stands en los principales eventos que se realicen en la provincia	X		X	Departamento Comercial	1 año	300,00	Eficacia= Eventos realizados/Total de eventos	
	Establecer y mantener un adecuado nivel de capacitación y motivación del personal de Punto Net	Capacitación para el personal de Punto Net, según requerimientos de cada área.	X	X	X	Gerente	1 año	1040,00	Calidad RRHH =Personal capacitado/Total de personal capacitado.	
		Cursos de motivación.	X		X	Gerente	1 año	600,00	Calidad RRHH =Personal motivado/Total de personal	
		Realizar reuniones de trabajo	X		X	Gerente	1 año	-	Eficacia= Reuniones realizadas/Total realizadas	
	<b>TOTAL</b>								<b>5323,84</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.



#### 4.11. Presupuesto.

Para la Ejecución de la Planeación Estratégica aplicada a la empresa **PUNTO NET**, que permita mejorar la gestión interna y competitividad en Santo Domingo, se ha presupuestado la cantidad de **\$ USD 5503,84**, para el desarrollo de los seis objetivos con las veinticinco estrategias como se indica en el Cuadro No. 26

**CUADRO # 26**  
**PRESUPUESTO**

DESCRIPCIÓN	COSTOS \$
1.- Realizar convenios de descuentos con empresas	-
2.- Convenios con hoteles organizadores de eventos.	-
3.- Establecer descuentos a grupos de 5 personas que vivan en un mismo barrio.	-
4.- Convenios con proveedores de computadores	-
5.- Asesorar a los clientes que el servicio es el más aconsejable	-
6.- Crear un buzón de correo electrónico de sugerencias.	-
7.- Modificar el contrato con la empresa encargada de la distribución de facturas	-
8.- Contratar dos técnicos.	700
9.- Recibir pasantes universitarios en el área de sistemas.	-
10.- Promover la venta de tarjetas ilimitadas pre pago.	-
11.- Forma de pago	-
12.- Por la contratación del servicio el cliente recibe el primer mes el 30% de descuento, además una limpieza y/actualización completa de virus a su computador.	-
13.- Charlas a los usuarios sobre sanciones de proveedores piratas.	100
14.- Seguimiento al cliente	-
15.- Enviar por correo electrónico promociones de los productos.	-
16.- Tratamiento de la información recibida del cliente.	-
17.- Implementar una base de clientes, con fechas de cumpleaños	-
18.- Alianzas de publicidad con organizaciones para auspiciar eventos	-
19.- Hojas volantes.	180
20.- Canjes de servicios con Zaracay TV	-
21.- Campaña publicitaria por Diario La Hora y Radio Zaracay	2583,84
22.- Stands en los principales eventos que se realicen en la provincia	300
23.- Capacitación para el personal de Punto Net.	1040
24.- Cursos de motivación.	600
25.- Realizar reuniones de trabajo	-
<b>TOTAL</b>	<b>5503,84</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Díaz Martha/2009.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones.

- **Punto Net** es una empresa de Telecomunicaciones, que provee Internet a clientes personales y corporativos, cuenta con una organización estructurada y con tecnología de punta, sin embargo, posee debilidades en su gestión interna para ser más competitivos en el mercado de Santo Domingo.
- Los usuarios conocen muy poco o nada de los servicios que presta la empresa, ya que los mismos no han sido difundidos en forma clara.
- A pesar de que la empresa es conocida a nivel nacional por la publicidad que utiliza en los diferentes medios, no ha llegado a ser conocida totalmente en la zona de Santo Domingo.
- El personal técnico que posee Punto Net no cubre la demanda existente, ya que los técnicos que tiene no se dan abasto, siendo esto una debilidad para la empresa.
- La falta de capacitación al personal está afectando a Punto Net para que los mismos puedan desarrollar sus actividades eficientemente.
- Los clientes consideran que se debería optar por la forma de pago en efectivo ya actualmente solo se maneja mediante débitos bancarios, o descuentos en tarjetas de crédito.
- La empresa no realiza un control del stock de equipos para instalaciones lo que no permite tener un inventario actualizado, por tal razón no se puede atender varias instalaciones en el tiempo estimado.
- La empresa no realiza seguimiento a los clientes lo que estaría afectando puesto que la competencia cada vez se torna más agresiva.

## 5.2. Recomendaciones

- Mejorar la gestión interna mediante la implementación de la planificación estratégica en PUNTO NET con la finalidad de posicionarse en el mercado como una Empresa dinámica y competitiva, preocupada siempre en ofrecer un servicio eficiente que se satisfaga las necesidades tanto del cliente interno como de los clientes externos.
- Ejecutar programas de capacitación constante para el personal de acuerdo al área de trabajo, con la finalidad de mejorar la atención a los clientes.
- Elaborar una campaña publicitaria con los medios locales para lograr una mejor imagen corporativa y poder posicionarnos en la mente del consumidor.
- Realizar la contratación de personal técnico acorde a los requerimientos y necesidades del mercado para lograr cubrir la demanda insatisfecha de la zona.
- Implementar el Plan de Capacitación propuesto para lograr una mayor productividad del Talento Humano.
- Es importante considerar la forma de pago en efectivo, previo un análisis del cliente en el burú de crédito.
- Es primordial llevar un control actualizado del inventario de los equipos y herramientas necesarias para atender a la brevedad posible las solicitudes de los clientes.
- Dar seguimiento a los clientes externos, brindándoles un excelente servicio y atención con la finalidad de que se sientan importantes para la empresa, lo que ayudará a que tengan un sentido de lealtad a la misma.
- Difundir e implementar la planeación estratégica con todos y cada uno de los colaboradores de Punto Net con la finalidad de que sus actividades conlleven al cumplimiento de la misión y visión empresarial.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1.-Certo, Samuel C.: Administración Moderna, Octava Edición, Bogotá 2001, Pág. 167-174
- 2.- Cortez, H, Gerencia Efectiva, 1998
- 3.- Chiavenato, Idalberto, (2000), Administración Teoría, Proceso y Práctica, Págs. 149.
- 4.- Fayol, Henry; Taylor, Frederick: Administración Industrial y General. Principios de Administración Científica, p. 9
- 5.- Fred, David, Conceptos de Administración Estrategica, Santafé de Bogota. 1990
- 6.- Gitman, Lawrence J. Administración Financiera Básica / Tercera Edición: México: Harla, 1992. Pág. 58
- 7.- Gómez C. Guillermo, Planeación y Organización de Empresas, Pág. 16-17.
- 8.- Goodstein, Leonardo D, Timothy M. Nolan: Planeación Estratégica Aplicada, 1998, Colombia.
9. - Harold Koontz, Heinz Weihrich: Administración, Pág.11
- 10.- Harol, Hernán: Fundamentos de la Administración, Editorial Gestión, 2000.
11. - James A. F. Stoner y Charles Warkel, Tercera Edición, 1989, Prentice Hall.
- 12.- Jarillo, José Carlos: Dirección Estratégica, 2da Edición, Madrid, 1994.
- 13.- John R. Schermerhorn, Jr., Administración, Pág. 158
14. - John R. Schermerhorn, Jr., Administración, Pág. 165
15. - Johnson Ferry. Dirección Estrategia, Primera Edición, 2001.
16. -Kevan, S. Gerry Johonson: Dirección Estratégica, Pág. 10
17. -Kotler, Philip: Dirección de Mercadotecnia, p. 464
18. -Kotter, Amstrong: Marketing, Octava Edición, Pág. 17
19. -Kotler Philip: Administración de Servicios, 1995.
- 20.- Pearson, Barrie: ESTRATEGIA DE NEGOCIOS, Primera Edición, 1993.
- 21.- Porter Michael E: Estrategia Competitiva, Trigésima Quinta Edición, México, 2005.
- 23.- Reyes P. Agustín, Administración
- 24.- Schermerhorn, John: Administración, Pág. 159
- 25.- Stoner, Wankel: ADMINISTRACIÓN, Tercera Edición, 1989, p 128
- 26.- Santesmases Miguel, Marketing, 3era.Edición, Pág. 97

- 27.- Santesmases Mestre, Miguel, Marketing Conceptos y Estrategias/ Primera Edición; Pirámide, Madrid España; 1998.
- 28.- Thompson Arthur y Jr. Strickland: Administración Estratégica, 2da. Edición, México, 2003.
29. –Microsoft ® Encarta ® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporación.
30. – [www.puntonet.ec](http://www.puntonet.ec)
31. – [www.monografias/trabajos3/presupuestos](http://www.monografias/trabajos3/presupuestos)
32. – [www.monografias/planeacionestrategica.com](http://www.monografias/planeacionestrategica.com)
33. – [www.gestiopolis/planificacion/estrategia.com](http://www.gestiopolis/planificacion/estrategia.com)
34. – [www.monografias/marketing.com](http://www.monografias/marketing.com).

## ANEXO N° 1

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
CAMPUS SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS****ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES INTERNOS DE PUNTO NET  
SANTO DOMINGO****Objetivo:**

Obtener datos relevantes para mejorar la gestión interna y competitividad de PUNTO NET.

**SEÑALE CON UNA X, LA RESPUESTA CORRECTA.**

**1. ¿Qué tiempo tiene usted trabajando en la Empresa?**

1 a 12 meses.....

1 a 3 años.....

Más de tres años.....

**2. ¿Conoce los objetivos y metas de la empresa?**

Si.....

No.....

**3. ¿La capacitación que ofrece la empresa es?**

Frecuente.....

Ocasional.....

Nula.....

**4. ¿Tiene definido sus funciones y responsabilidades?**

Si.....

No.....

**5. ¿La comunicación con su superior es?**

Buena.....

Regular.....

Mala.....

**6. ¿Conoce sobre otras áreas dentro de la Empresa?**

Mucho.....

Poco.....

Nada.....

**7. ¿Se siente motivado en su puesto de trabajo?**

Sí.....

No.....

**8. ¿Qué factores cree que afectan a la empresa?**

Precios.....

Servicio.....

Atención..... Falta de personal.....

**MUCHAS GRACIAS**

## ANEXO N° 2



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
CAMPUS SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES EXTERNOS DE PUNTO NET  
SANTO DOMINGO**

**Objetivo:**

Obtener datos relevantes que nos permitan mejorar el servicio que ofrece Punto Net para satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes.

**SEÑALE CON UNA X, LA RESPUESTA CORRECTA.**

**1. ¿Hace que tiempo es cliente de Punto Net?**

1 a 12 meses.....

1 a 3 años.....

Más de tres años.....

**2. ¿A través de qué medios conoció Punto Net?**

Radio.....

Televisión.....

Asesores comerciales.....

Otros.....

**3. ¿Conoce los servicios que ofrece Punto Net?**

Mucho.....

Poco.....

Nada.....



**4. ¿Cómo califica el servicio de Internet que provee PUNTO NET?.**

Excelente.....

Bueno.....

Malo.....

**5. ¿Cómo califica la atención que brinda PUNTO NET.**

Excelente.....

Muy Bueno

Bueno.....

Regular.....

**6. ¿Por qué prefiere el servicio que la empresa ofrece?**

Calidad.....

Precio.....

Atención.....

**7. ¿Qué aspectos considera que la empresa debería mejorar para que usted se sienta un cliente satisfecho?**

Servicio Técnico .....

Forma de pago .....

Tiempo de instalación .....

Otros .....

**MUCHAS GRACIAS**

## ANEXO N° 3

Santo Domingo, del 09

**Proforma del Servicio de Banda Ancha****De nuestra consideración**

Reciba un cordial saludo de **PUNTO NET S.A.**, quien brinda servicios de transmisión de datos y acceso a Internet. Contamos con la mejor plataforma tecnológica del país.

A continuación se detallan las tarifas para el servicio de Internet de banda ancha:

<b>INTERNET BANDA ANCHA CORPORATIVA</b>			
<b>Ancho de banda al contratar</b>	<b>Ancho de banda después de un año</b>	<b>Tarifa mensual</b>	<b>Instalación</b>
128/128 Kbps	256 Kbps		\$ 60
256/256 Kbps	512 Kbps		\$ 60
512/512 Kbps	1024 Kbps		\$ 60

**Nota:** Luego de un año continuo de servicio, PUNTO NET se compromete con el cliente duplicar el ancho de banda contratado, sin modificar el costo y calidad servicio.

El servicio de banda ancha que proporciona PUNTO NET no necesita estar conectada a una línea telefónica, el acceso a Internet es ilimitado y el soporte técnico personalizado.

**Condiciones Comerciales:**

Los precios detallados NO incluyen IVA

---

**Ejecutivo de Ventas**

## ANEXO N° 4

## Presentación Tarjeta Prepago



## ANEXO N° 5

## Auspiciantes de eventos especiales

**! Hoy entradas ya a la venta !**  
 Punto de venta: Supermaxi Santo Domingo

General: \$ 12 usd  
 Vip: \$ 18 usd  
 GoldenBox: \$ 30 usd

*Angy*  
 ROMANTIC STYLE III

**JUEVES 15**  
 OCTUBRE/2009

EL MEJOR ARTISTA DE REGGAEON DEL MUNDO  
 GANADOR 08 PREMIOS BILLBOARD  
 GANADOR 03 PREMIOS GRAMMY

18H00  
 RECINTO FERIAL  
 SANTO DOMINGO

show business group

AUSPICIAN

VISA


punt.net  
 internet  
 siempre a punto

PORTA

La Hora  
 LO QUE RESISTE QUEDA

04990 MO

**ANEXO N° 6**  
**Proforma Hojas volantes**



**RUC.: 1709496366001**  
Direcc.: Calle Babahoyo entre  
Ibarra y Tulcán Telf.: 2758-234  
Santo Domingo - Ecuador

**NOTA DE PEDIDO**  
**N° 002088**

DIA	MES	AÑO
09	11	2009

CLIENTE: Punto Net.  
 DIRECCION: Avenida 29 de Mayo y San Miguel  
 RUC: \_\_\_\_\_ TELF.: \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCION	V. TOTAL
2000	volantes full color p. cochet impres 1 lado	180,-
2000	volantes full color p. bond impres 1 lado	140,-
4000	volantes full color p. bond impres 1 lado	160,-

Valor Total \$ \_\_\_\_\_  
 Abona: \_\_\_\_\_  
 Saldo: \_\_\_\_\_

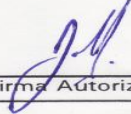
**SUB TOTAL**

I.V.A. % \_\_\_\_\_

**TOTAL**

Fecha de Entrega: \_\_\_\_\_

**DETALLE GRAFICO**

  
 Firma Autorizada

## ANEXO N°7

### Diseño de hojas volantes

Música, archivos, mails, imágenes,  
todo baja más rápido sin cables!

Internet Inalámbrico  
**PuntoHome**

Por el primer aniversario de provincialización de Santo Domingo,  
disfruta del **tercer mes de internet gratis + router inalámbrico a 22.90\***

Nivel de compartición 6 a 1. Promoción válida hasta el 30 de Noviembre 2009.  
Aplica en Santo Domingo de los Tsáchilas, Quevedo y La Concordia.  
Precio de instalación **USD 50, por una sola ocasión.**

**Puntonet**  
tu punto de conexión!  
www.puntonet.ec

MÁS INFORMACIÓN: **SANTO DOMINGO:** Av. 29 de Mayo y calle San Miguel, segundo piso, Oficina 205. PBX (02) 275 01 05

TRANSMISIÓN DE DATOS | VoIP | INTERNET CORPORATIVO  
Vsat | WEB HOSTING | BANDA ANCHA | ZONA WI-FI

\*Aplican restricciones, precios no incluyen IVA

## ANEXO N°8

### Canjes

#### Convenio De Canje De Servicios

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, a los..... días del mes de..... del año ....., la compañía **PUNTO NET**, con domicilio legal en la ciudad de Quito, ubicada en la Avenida Amazonas 4545 y Pereira, Edificio Centro Financiero, piso cuarto representada en este acto por el Economista Jorge Maldonado, en su calidad de Gerente General, por una parte, y, por otra, **RADIO** ..... con domicilio legal en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, en la Calle ..... con RUC,# ..... representada por el señor..... con cédula de identidad #....., acuerdan celebrar el presente convenio de canje de servicios, que se registrará por las siguientes cláusulas:

#### PRIMERA.-ANTECEDENTES:

**PUNTO NET** es una compañía legalmente constituida bajo las leyes de la República del Ecuador, cuyo objeto social contempla la prestación de servicios de Telecomunicaciones, asistencia y asesoramiento técnico al respecto.

**RADIO** ..... es una Emisora Radial de la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas que transmite su señal a nivel regional, y que necesita los servicios de Banda Ancha de conexión permanente sin uso de teléfono, servicios provistos por **PUNTO NET**. Para este proyecto, **PUNTO NET** ha realizado una significativa inversión en equipos de última tecnología, que respaldado por un soporte de primera línea, hacen que este proyecto tenga un estándar de calidad de acuerdo a las expectativas convenidas.

#### SEGUNDA.- COMPROMISO:

Con estos antecedentes, **RADIO**..... y **PUNTO NET** establecen un convenio de canje de servicios para cumplir con los requerimientos publicitarios de ambas Empresas así como sus productos y servicios.

#### TERCERA.-OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LAS PARTES:

**PUNTO NET** se compromete para con **RADIO** ..... a lo siguiente:

1. Otorgar un dominio [www.radio.com](http://www.radio.com) a **RADIO** ..... con la administración del mismo, duración por el período de vigencia de este convenio.
2. Otorgar una conexión permanente ADSL de 512-512 Kbps. a las oficinas de Radio..... en las direcciones descritas en el encabezado de este convenio por el periodo de vigencia de este convenio.

**RADIO** ..... se compromete para con **PUNTO NET** a lo siguiente:

1. Realizar 8 cuñas de 40" como máximo, de lunes a domingo en horarios de primera sintonía y noticieros.
2. Mantener un plan de menciones en todos los programas en vivo locutados en los cuales se destinen premios para sorteo de parte de **PUNTO NET**
3. Promocionar la Página Web en Internet mencionando la dirección del Sitio Web de **RADIO**..... [www.radio.com](http://www.radio.com) en sus programas locutados. El éxito del proyecto dependerá de la difusión que se le dé al mismo.
4. Colocar un banner de INTERACTIVE en el Home Page del Sitio Web de [www.radio.com](http://www.radio.com) mencionando que este servicio y la señal de la radio sale a todo el mundo "Gracias a la tecnología de **PUNTO NET**

#### CUARTA.- DURACIÓN DEL CONVENIO:

La duración de este convenio es de un año a partir de la fecha de la firma del mismo, renovándose por un periodo similar en el caso de que no exista notificación previa por parte de ninguna de las partes.

#### QUINTA.- TERMINACIÓN DEL CONTRATO:

Cualquiera de las partes podrá dar por terminado el Convenio en forma anticipada, previa notificación privada, dirigida a la otra con al menos sesenta días de anticipación.

#### SEXTA.- ACATAMIENTO DE LEYES Y REGULACIONES:

Las partes acuerdan cumplir con todas las leyes, regulaciones y normas de las autoridades públicas competentes relativas a los deberes, obligaciones y ejecución de actividades bajo este Convenio.

#### SÉPTIMA.- LIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD:

Ninguna de las partes será responsable por daños y perjuicios indirectos, lucro cesante, incluyendo pérdida de utilidades basados en el cumplimiento o violación de sus obligaciones conforme a este Convenio.

#### OCTAVA.- CONVENIO TOTAL:

Este Convenio y los Anexos que posteriormente las partes de común acuerdo aprueben constituyen el completo y total Convenio entre las mismas y reemplazan cualquier Convenio previo, oral o escrito, y cualquier otra modificación o corrección a cualquier estipulación de este Convenio será válida al menos que conste en un anexo que haga referencia a este Convenio y que haya sido firmado por ambas partes.

**NOVENA.- CLAUSULA ESPECIAL:**

**PUNTO NET** tiene como política comercial realizar promociones conjuntas con otras marcas o Empresas, para ello podrá tercerizar el espacio publicitario objeto de este convenio, para lo cual se compromete a notificar a **RADIO**..... sobre estas excepciones con por lo menos 15 días de anticipación.

**DÉCIMA.- JURISDICCIÓN:**

El presente Convenio se regirá por las leyes de la República del Ecuador, Cualquier reclamación entre **RADIO**..... y **PUNTO NET**, estará sujeta a la jurisdicción de los Tribunales de la Cámara de Comercio de Quito, bajo la Ley de Arbitraje y Mediación.

Para constancia de lo anterior, firman las partes en dos ejemplares de igual valor y tenor, en Quito a los dieciséis días del mes de noviembre del dos mil nueve.

Gerente General  
**PUNTO NET**

Director General  
**RADIO**



## ANEXO N° 9

## Proforma de Radio Zaracay F.M.



Santo Domingo, 19 Octubre del 2009.

Ing.

**Bolívar Cevallos**

**Gerente PUNTO NET.**

Presente.-

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo y los deseos de éxito en sus labores.

La presente tiene por objeto poner a sus órdenes los servicios publicitarios de nuestra Emisora de Cobertura Nacional, **RADIO ZARACAY F.M. 100.5**, la Frecuencia Modulada que por su programación es la número uno, y la más escuchada en las carreteras de Ecuador. Y los Ecuatorianos que radican en el exterior (España, Italia, Estados Unidos, etc.), nos pueden escuchar por Internet en: [www.zaracay.ec](http://www.zaracay.ec)

**NUESTRA PROPUESTA ES:**

**En horario AAA de L-V:**

CUÑA DE 30"	US\$ 18.00
3 cuñas X 22 días X 18.00	US\$ 1188.00
+ IVA	

**Con descuento especial:**

CUÑA DE 30"	US\$ 14.00
3 cuñas X 22 días X 14.00	US\$ 924.00
+ IVA	

*pp Sandra Pulido*

Quito: Bosmediano E16-99 - Telf.: 244-6482 • Fax: 244-9207

Santo Domingo de los Colorados: Av. Quito 1424 y Pasaje Aguavil • Telfs.: 275-6297 - 2750264 • Fax: 275-06  
E-mail: radiozaracay@hotmail.com • www.zaracay.ec

## ANEXO N° 10

### Proforma de Diario La Hora



Santo Domingo, 19 de Octubre del 2009

Señor  
**Ing. Bolivar Cevallos**  
 Presente.-

Reciba un cordial saludo de quienes hacemos Diario La Hora.

La Hora es una empresa periodística con diarios regionales, de carácter local. Nuestros 12 periódicos se enfocan en cubrir las necesidades de los lectores en cada comunidad, sin dejar de lado la información del país y del mundo. Cada día, el lector encontrará información útil, práctica y estrechamente relacionada con su entorno. Nos encontramos liderando mercado en: **Carchi- Imbabura, Quito, Tungurahua, Esmeraldas, Sto. Domingo, Los Ríos, Manabí, Manta, Machala, Loja, Cotopaxi y Zamora.**

Nuestra ventaja competitiva radica en la cercanía que tiene cada periódico con la comunidad y sus habitantes. Esta ventana competitiva además nos permite ofrecer a nuestros anunciantes una gran cantidad de opciones, con las que pueden segmentar la publicidad de acuerdo a los lectores y mercados a los que quieren llegar.

Nuestro eslogan "**LO QUE NECESITAS SABER**" es la guía que nos compromete a mantener a nuestros lectores y anunciantes al día con información útil, práctica y veraz, que aporte al desarrollo de nuestra sociedad. Esperamos su grata participación de su prestigiosa EMPRESA en nuestro medio ya que le aseguramos un alto retorno de inversión.

A continuación detallo la siguiente propuesta publicitaria:

#### A) Página Izquierda

TAMAÑO	COLOR	STO. DOMINGO
1 Página (26cm. Ancho x 34cm. Alto)	F/C	\$ 459.00
½ Pág. (26cm. Ancho x 17cm. alto)	F/C	\$ 229.50
¼ Pág. (15.4cm. Ancho x 15 cm. de alto)	F/C	\$ 121.50

\* Los valores anteriores no incluyen IVA

**Clasificados**

TAMAÑO	STO. DOMINGO
1 col x 2 cm.	\$1.50 c/a
1 col. X 4 cm.	\$3.80 c/a
2 col. X 4 cm.	\$10.80 c/a
1 col. X 8 cm.	\$10.80 c/a
2 col. X 8 cm.	\$24.00 c/a

\* Los valores anteriores no incluyen IVA

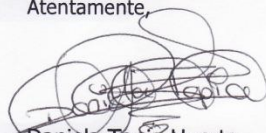
**A) Cintillos**

TAMAÑO	COLOR	STO. DOMINGO
5 col x 8 cm. alto.	F/C	\$ 148.00
5 col x 8 cm. alto.	B/N	\$ 92.00
5 col x 10 cm. alto.	F/C	\$ 185.00
5 col x 10 cm. alto.	B/N	\$ 155

\* Los valores anteriores no incluyen IVA

**\*\*\*\*Las Convocatorias, condolencias, publicación de balances, comunicados, extractos judiciales, etc. tienen sus costos dependiendo de la cantidad de texto que estos posean**

Atentamente,



Daniela Tapia Huerta  
 COORDINADORA DE VENTAS  
 Telf. 2761876 – 725 Cel. 093119162



TAMAÑO	COLOR	STO. DOMINGO
1 Página (26cm. Ancho x 34cm. Alto)	B/N	\$ 289.00
½ Pág. (26cm. Ancho x 17cm. alto)	B/N	\$144.50
¼ Pág. (15.4cm. Ancho x 15 cm. de alto)	B/N	\$ 76.50

\* Los valores anteriores no incluyen IVA

#### A) Página Derecha

TAMAÑO	COLOR	STO. DOMINGO
1 Página (26cm. Ancho x 34cm. Alto)	F/C	\$ 629.00
½ Pág. (26cm. Ancho x 17cm. alto)	F/C	\$ 314.50
¼ Pág. (15.4cm. Ancho x 15 cm. de alto)	F/C	\$ 166.50

\* Los valores anteriores no incluyen IVA

TAMAÑO	COLOR	STO. DOMINGO
1 Página (26cm. Ancho x 34cm. Alto)	B/N	\$ 391.00
½ Pág. (26cm. Ancho x 17cm. alto)	B/N	\$195.50
¼ Pág. (15.4cm. Ancho x 15 cm. de alto)	B/N	\$ 103.50

\* Los valores anteriores no incluyen IVA

ANEXO N° 11  
Proforma de Capacitación

**DESARROLLO HUMANO / EMPRESARIAL**  
**Quito - Ecuador**

Santo Domingo de los Tsachilas, 6 de Octubre del 2009

**COTIZACIÓN**

Señores.

PUNTO NET S.A.

Ciudad.

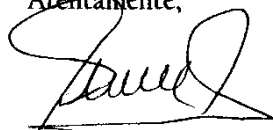
De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el grupo de Desarrollo Humano Empresarial y por medio de la presente cotización pongo a su conocimiento los costos y temas por concepto de un seminario - taller para el personal de su organización.

TEMAS	ÁREA	HORAS	PERSONAS	COSTO
Motivación y Formación Humana	Administrativo-Operativo	8	15	600
Calidad en atención al cliente	Administrativo/Operativo	8	15	600
Técnicas de ventas	Comercial	8	5	200
Seguridad industrial	Operativo	8	6	240
<b>Suman:</b>				<b>1640</b>

Es todo cuanto puedo informar a la empresa en cuanto a los costos y temas dictados por nuestra organización indicando que la cotización es para un grupo de 5 personas y los días a dictarse el seminario - taller pongo a su disposición tras previo aviso.

Atentamente,



Ing. Edison Méndez V.

Móvil: 085688310

E-mail: dhe\_quito@hotmail.com

## ANEXO N° 12

### Contrato del servicio

**puntonet** ni punto de comparación!

**SOLICITUD DE SERVICIO • ANEXO N° 1** N° 054376

Contrato Nuevo  Cambio de Razón Social  Personal  Corporativo

R2-GD-PO4 Fecha (aa-mm-dd): 2009 24 08 N° Cuenta

---

**DATOS**

Nombre del Cliente: PINTADO CALVA DANIEL ALEXANDER C.I.: 110467384-1  
 Razón Social de la Cta: \_\_\_\_\_ R.U.C.: \_\_\_\_\_  
 Representante Legal: \_\_\_\_\_ C.I.: \_\_\_\_\_  
 Dirección: SANTA MARTHA #3 JORGE ICAZA Y JORGE ADJM. PUNTON NEGRO CABA VERDE #6V  
 Dirección Alterna (Trabajo): \_\_\_\_\_ Actividad Económica: \_\_\_\_\_  
 Teléfonos: 3704-391 Celular: 085729928 Fax: \_\_\_\_\_  
 Persona a Contactar: DANIEL PINTADO Ciudad: STO. DGO e-mail: \_\_\_\_\_

---

**FORMA DE PAGO (Seleccione la forma mas conveniente)**

BANCO: PICHINCHA AH  CTE  No. 4436990400  
 TARJETA: \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_ Expira: \_\_\_\_\_

---

**SERVICIOS CONTRATADOS**

PLAN	DESCRIPCIÓN	CONTRATOS	BUZONES	COSTO MENSUAL	COSTO HORA ADICIONAL	HORARIO en caso planes abiertos
DIAL UP						

• Le recordamos que la clave es personal e intransferible y es de su entera responsabilidad el buen manejo que usted haga de ella.  
 • El costo hora adicional corresponde a los planes por limite de tiempo, este valor no se aplica al plan ilimitado a planes contratados. **DISTRIBUIDOR** \_\_\_\_\_  
 • En los planes abiertos con horario, el consumo de fin de semana no tiene recargo.

DESCRIPCIÓN	CONTRATOS	BUZONES	COSTO MENSUAL	COSTO INSTALACIÓN	PCS	#MULTIPLEXAR	SIST. OPERATIVO
ADSL HOME <input type="checkbox"/> <u>WiFi</u>	1	1	\$ <u>24.90</u>	\$ <u>50</u>	1		
ADSL CORP <input type="checkbox"/> <u>28/04</u>			\$	\$			
<input type="checkbox"/> <u>promoción</u>			\$	\$			
<input type="checkbox"/> <u>de red</u>			\$	\$			

El nivel nivel de comparación es de: \_\_\_\_\_

• El servicio de ADSL HOME es únicamente para domicilio - El pago es por anticipado.  
 • En caso de instalaciones Puntonet se compromete a proporcionar hasta 20 m. de cable telefónico, dos cajetines y 10mt. de cable de red (UTP Categoría 5).  
 • No se compromete a instalar canaleras, ni materiales adicionales a los mencionados anteriormente.  
 • De ser necesario trabajos y materiales adicionales (obra civil), el cliente financiará la realización de los mismos a Puntonet S.A. previa aceptación escrita de la oferta económica.  
**Con respecto a la Última Milla:** • Reacción frente a fallas o peticiones de servicio: 4 horas laborables. • Tiempo máximo de solución a problemas de enlace: 6 horas laborables. • Tiempo máximo frente a fallas de red troncal o de backbone: 8 horas laborables • Soporte técnico en horas laborables (08:00 am a 06:00 pm). • Daño de LP de 24 a 48 horas.

---

**OTROS SERVICIOS**

Web Hostin Tamaño \_\_\_\_\_ MG. Tarifa por MG. \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ Valor Mensual  
 Registro Dominio: \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ Valor Anual  
 Otros: \_\_\_\_\_  
 Observaciones: \_\_\_\_\_

Estos precios no incluyen gasto de envío de factura (\$ 0.50) ni el IVA.

Deseo suscribir mi correo electrónico (e-mail) con el nombre (máximo 10 caracteres)

\_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_ puntonet.ec

---

**REFERENCIAS**

Nombre de un familiar que no viva con usted: EUGENIA MONCAYO Parentesco: TIA  
 Dirección: COOP. SANTA MARTHA Teléfono: 370-4324  
 Nombre de una persona (no familiar) que lo conozca: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

---

**DOCUMENTACION** **REQUERIMIENTOS PARA LA INSTALACION**

**Personas Naturales:**  
 • Fotocopia de la cédula o pasaporte (nacionales/extranjeros) Censo

**Personas Jurídicas:**  
 • Fotocopia nombramiento inscrito del Representante Legal  
 • Fotocopia de la cédula o pasaporte (nacionales/extranjeros) Censo  
 • Fotocopia del R.U.C. de la Cia.

• Procesador 586 o superior  
 • Sis. Operativo Windows 95 - 98 - XP - 2000 - 2003 y Mac  
 • 64 MB en memoria RAM/ 20 GB mínimo en disco duro  
 • Fax Modem de 33.6 Kbps telefónico instalado  
 • Línea Telefónica al alcance del computador

---

Esta orden implica el convenio del servicio deseado por el usuario y su forma de pago, quedando claro para el usuario, las condiciones de servicio de PUNTONET y sus tarifas.  
 Declaro que he leído la integridad de este documento y estoy conforme con cada una de estas partes.

Sto Dgo 24/08/09  
Ciudad y fecha

ISRAEL LESCAÑO  
Vendedor Código

[Firma]  
Firma del Solicitante

Quito: PBX: 02 298 9900  
Sto. Domingo: PBX: 02 275 0105

Guayaquil: PBX: 04 263 0388  
Manta: Telf: 05 262 2451

Cuenca: Telf: 07 288 5359  
Quenda: Telf: (06) 3701 704

ORIGINAL

en representación de \_\_\_\_\_, PUNTONET S.A., en adelante referida como PUNTONET, Dos.- EL CLIENTE, en adelante referido como EL CLIENTE, Las partes libre y voluntariamente por así convenir a sus mutuos intereses, acuerdan el contenido del presente Contrato al tenor de las siguientes cláusulas.

**PRIMERA.- ANTECEDENTES:** Uno.- PUNTONET S.A. es una compañía constituida bajo las Leyes de la República del Ecuador, cuyo objeto social contempla la presentación de servicios de telecomunicaciones, asistencia y asesoramiento técnico al respecto. Dos.- EL CLIENTE ha manifestado su interés y voluntad de adquirir los servicios que brinda la compañía PUNTONET.

**SEGUNDA.- PRESENTACION DEL SERVICIO:** PUNTONET se compromete a proporcionar al CLIENTE el acceso a redes nacionales e internacionales de Internet de manera que el mismo disfrute servicios y funciones prestados por dichas redes. Se deja expresa constancia que PUNTONET se responsabiliza única y exclusivamente del acceso a las redes de Internet. Así las cosas, no resulta responsabilidad del contenido de la información a la que pueda accederse. Las características del servicio a ser prestado por PUNTONET así como el equipo de que disponga el CLIENTE para dicho mismo constan del Anexo 1 que forma parte integrante del presente Contrato, y que consta en el anverso del mismo. En caso de daños en equipos colocados por PUNTONET por manipulación del variaciones de voltaje o descargas eléctricas producidas por rayos, estos serán responsabilidad del cliente.

**TERCERA.- OBLIGACIONES DEL CLIENTE:** Las siguientes son la Obligaciones del CLIENTE en virtud de la suscripción del presente Contrato. Uno.- Cancelar a PUNTONET mensualmente correspondiente al servicio suministrado atendiendo al plan elegido, el mismo que consta del Anexo 1 de este Contrato. Dos.- Obtener la debida autorización y/o licencia del propietario de programación en caso de que su transferencia a través de las redes nacionales e internacionales de Internet, así lo requieran. Tres.- Obtener y salvaguardar el uso de la clave de acceso cuando la se requiera para la transferencia de información a través de las redes nacionales e internacionales de Internet. Cuatro.- Respetar y someter en todo a la Ley Especial de Telecomunicaciones, Propiedad Intelectual, y en general a todas las leyes que tanto en el Ecuador cuanto en los demás países regulan la materia. Cinco.- Informarse adecuadamente de las condiciones de uso de los servicios que brinda PUNTONET, los cuales se rigen por el presente Contrato y las leyes aplicables vigentes, no pudiendo alegar desconocimiento de dichas condiciones contractuales. Seis.- Para el servicio de XDSL y de banda ancha, el momento de firmar el Contrato, el CLIENTE se compromete a declarar el uso que tendrá el servicio contratado. Además se compromete a respetar las condiciones iniciales de instalación, activación, y número de máquinas a utilizar, señalados en el anexo 1 del presente Contrato. En caso que el departamento técnico de PUNTONET, durante la instalación o en cualquier momento identifique otro tipo de negocio y/o información que ha sido omitida por el CLIENTE, PUNTONET se reserva el derecho a no realizar dicha instalación, y/o a dar por terminado el Contrato debiendo el CLIENTE cancelar a PUNTONET y a terceros (Andinados u otros) todos los gastos incurridos en la instalación y servicio prestado y sometiéndose a las acciones legales que correspondan al perjuicio ocasionado. Desde ya el CLIENTE autoriza a PUNTONET a que esta pueda realizar inspecciones del servicio contratado para verificar el cumplimiento de la presente cláusula y el Contrato.

**CUARTA.- INFORMACIÓN CREDITICIA:** El cliente autoriza expresamente a PUNTONET S.A. para que obtenga de cualquier fuente de información, incluida la Central de Riesgos; referencias sobre su comportamiento crediticio, manejo de sus cuentas, corrientes, de ahorro, tarjetas de crédito, etc., y en general al cumplimiento de sus obligaciones y demás activos, pasivos y datos personales. De igual forma, PUNTONET S.A. queda expresamente autorizado para que pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes y organismos de control, así como a instituciones o personas jurídicas legalmente facultadas como los burós de información crediticia.

**QUINTA.- OBLIGACIONES DE PUNTONET:** Uno.- Suministrar al CLIENTE el servicio de acceso a las redes nacionales e internacionales de Internet acatando las disposiciones previstas en la Ley del presente Contrato. Dos.- Actuar con la debida diligencia en la presentación del servicio. Tres.- Respetar y someterse en todo a la Ley Especial de Telecomunicaciones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, y en general a todas las leyes que tanto en el Ecuador cuanto en los demás países regulan la materia.

**SEXTA.- ALCANCE DE LA RESPONSABILIDAD DE PUNTONET:** Es responsabilidad de PUNTONET cumplir con las obligaciones contempladas en el presente Contrato. Con perjuicio de lo anterior se deja expresa constancia que PUNTONET no se hará responsable en los siguientes casos: Uno.- En caso de que por razones de cambio de tarifas, reformas legales, o fortuito o fuerza mayor se vea en la obligación de suspender el servicio. No obstante lo anterior, PUNTONET se compromete a avisar inmediatamente de este hecho al CLIENTE. Dos.- En caso de que presente transmisión de virus a través de las redes. Tres.- En caso de que la proveedora de la información suspenda sus servicios. Cuatro.- De los daños que se llegaran a producir en los equipos como consecuencia de la utilización del Internet. Cinco.- En caso de incumplimiento por parte del Cliente, de las condiciones contractuales y las obligaciones impuestas al consumidor en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y otras leyes aplicables vigentes. "EL CLIENTE declara que acepta desde ya todos y cada uno de las modificaciones que PUNTONET se vea obligado a efectuar a las condiciones pactadas en el presente Contrato que se deriven de reformas o la normatividad al momento de suscripción del mismo que así lo existan. Tales modificaciones no se entenderán como terminación anticipada del contrato ni generarán responsabilidad alguna para PUNTONET.

**SEPTIMA.- PRECIO Y FORMA DE PAGO:** El precio pactado por el Plan escogido por EL CLIENTE e impuestos consta del Addendum de tarifas que es parte integrante de este Contrato el cual ha sido suscrito por EL CLIENTE, y el que será cancelado según la forma de pago elegida directamente por EL CLIENTE, la cual consta del Anexo 1 del contrato en el anverso de éste. En el caso de la contratación del servicio ADSL el cliente acepta y se compromete a cancelar el valor de instalación, ya que con la solicitud de servicio generada la empresa de última milla (Andinados) genera su propia facturación. En caso de que EL CLIENTE incurra en mora de uno o más de los pagos de los cuales esta obligado, PUNTONET se reserva el derecho de suspender el servicio contratado y la terminación del presente contrato, sin perjuicio de las acciones legales a que el incumplimiento de esta obligación diere lugar. En el caso que el CLIENTE adquiera los servicios de PUNTONET a través de Promociones, el CLIENTE se compromete a permanecer bajo el presente contrato el tiempo mínimo de un (1) año, caso contrario al momento de dar por terminado unilateralmente el presente contrato antes de este plazo, EL CLIENTE se obliga a cancelar a favor de PUNTONET las horas o la cortesía utilizada. A través de la presente cláusula el CLIENTE acepta el debito de los montos que correspondan por estos conceptos a la cuenta consignada a PUNTONET. Esta disposición no constituye una infracción al artículo 44 de la Ley de Defensa del consumidor.

**OCTAVA.- VIGENCIA:** El presente es un Contrato con vigencia de un año renovable por períodos iguales, siempre y cuando ninguna de las partes manifiesten por escrito y con quince (15) días de anticipación, su deseo de terminar el vínculo contractual; sin perjuicio de lo indicado, no podrá terminarse sin que las partes se encuentren a paz y salvo por todo concepto.

**NOVENA.- CAUSALES DE TERMINACION ANTICIPADA DEL CONTRATO:** Sin perjuicio de lo anterior, son causales de terminación anticipada del presente instrumento, las siguientes: Uno.- El cambio de tarifa, las reformas legales, el caso fortuito o fuerza mayor que obliguen a PUNTONET a suspender definitivamente el servicio. Dos.- La suspensión definitiva de la información suministrada por los proveedores. Tres.- Incumplimiento de las obligaciones emanadas del presente Contrato. Cuatro.- Por mutuo acuerdo. Cinco.- Por decisión unilateral previo aviso por escrito a la otra parte con por lo menos quince (15) días de anticipación.

**DECIMA.- DECLARACION FUNDAMENTAL:** EL CLIENTE declara que ha obtenido de forma oportuna por parte de PUNTONET, toda la información veraz y completa del servicio que brinda la compañía PUNTONET S.A., de igual forma declara que conoce íntegramente los anexos y addendums referidos en el presente Contrato, los mismos que han sido puestos a su disposición por parte de PUNTONET, los lee y acepta en todas sus partes.

**DECIMO PRIMERA.- CESION:** EL CLIENTE acepta desde ya cualquier cesión parcial o total que haga PUNTONET de los derechos y/u obligaciones contenidos en este Contrato.

**DECIMO SEGUNDA.- ACUERDO TOTAL:** El presente Contrato contiene los acuerdos totales de las partes y deja sin efecto cualquier negociación, entendimiento, contrato o convenio que haya existido previamente entre las partes o entre el CLIENTE y

**DECIMO TERCERA.- COMPROMISO ARBITRAL:** Las controversias o diferencias derivadas de la ejecución de este Contrato, que no puedan ser resueltas por mutuo acuerdo, las partes renuncian fuere y domicilio y deciden someterse a decisión del Tribunal de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Quito, que se sujetará a lo dispuesto por la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y cualquier otra reglamentación que se expida sobre el particular, atendiendo las siguientes normas:

Uno.- Los árbitros serán seleccionados conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación.

Dos.- Los árbitros de dicho Centro efectuarán un arbitraje administrado, en derecho y confidencial y quedan facultados para dictar medidas cautelares solicitando el auxilio de funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a un juez ordinario alguno para tales efectos.

Tres.- El Tribunal de Arbitraje estará integrado por tres árbitros.

Cuatro.- El Procedimiento Arbitral tendrá lugar en las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio.

Cinco.- La resolución será emitida en derecho.

Seis.- El arbitraje será confidencial.

Sete.- Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral que expida el Tribunal Arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral. El laudo arbitral será inapelable.

Ocho.- La reconvencción, de existir, también se someterá a esta cláusula.

**DECIMO CUARTA.- NOTIFICACIONES:** Toda y cualquier notificación que requiera realizarse en relación con el presente Contrato, se hará por escrito a las siguientes direcciones: Uno.- PUNTONET: Amazonas 4545 y Pereira, Edificio Centro Financiero, piso cuarto, teléfono 298-9900.

Dos.- EL CLIENTE, \_\_\_\_\_ De presentarse cambios en las direcciones enunciadas, la parte respectiva dará aviso escrito de tal hecho a la otra, dentro de las 24 horas de producido el cambio. Para constancia de todo lo expuesto y convenido, las partes suscriben el presente Contrato, en la ciudad y fecha arriba indicada, en tres ejemplares de igual tenor y valor.

PUNTONET S.A.


 EL CLIENTE

**PAGARE A LA ORDEN**

Debo y pagaré solidaria e incondicionalmente, en la ciudad de Quito o en el lugar en que se me reconvenga, a la orden de PUNTONET S.A., la cantidad de USD \$ \_\_\_\_\_, obligación que tiene causa real y lícita y que es pura, simple, líquida y expresamente determinada.

Esta cantidad de dinero me obliga a pagarla incondicional e irrevocablemente al acreedor, en un plazo de \_\_\_\_\_ días vista, contados a partir de la suscripción del presente documento.

Me obliga a pagar adicionalmente todos los gastos judiciales y extrajudiciales inclusive honorarios profesionales que ocasione el cobro, siendo de mi cuenta todos los impuestos y tasas que cause este pagaré.

Al fiel cumplimiento de lo estipulado me obligo con todos mis bienes presentes y futuros. El pago de este pagaré no podrá hacerse por partes. A partir del vencimiento pagaré la tasa de mora máxima fijada por el directorio del Banco Central.

Renuncio expresamente a fuero y domicilio. Así mismo declaro que en caso de suscitarse, cualquier controversia, diferencia o reclamación que se derive o esté relacionada con la interpretación o ejecución del presente pagaré, será sometida a los jueces competentes de la ciudad de Quito y al trámite ejecutivo o verbal sumario, a elección del actor.

Sin protesto. Exímese de presentación para el pago y de avisos por falta de pago.

En \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

En \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Visto Bueno - Sin Protesto

X   
Ced. No. \_\_\_\_\_

X   
Ced. No. \_\_\_\_\_



Nº 054376

Nº Cuenta:

Señores: BANCO DE PICHINCHA Fecha: \_\_\_\_\_

Yo: PIATADO CALVA DANIEL ALEXANDER C.I.: 170467384-7

Autorizo a usted/es debitar mensualmente de mi Cuenta Cte.  Cuenta Ahorro  Nº 443699044

Tarjeta de Crédito Nº \_\_\_\_\_ Expira: \_\_\_\_\_

El valor de mi consumo mensual que por concepto de servicios prestará la compañía PUNTONET. Este valor debe ser acreditado a nuestra Cuenta Corriente Nº \_\_\_\_\_ a nombre de PUNTONET en el Banco: \_\_\_\_\_

Como cliente me comprometo a tener los pagos de mi tarjeta de crédito al día y a mantener los suficientes fondos para el débito correspondiente a mis cuentas corrientes o de ahorros. En el caso de existir alguna inconformidad con la prestación del servicio por parte de la Compañía PUNTONET y el usuario, se deberá presentar cualquier instrucción en un plazo no mayor a 20 días laborables para la anulación del mismo.

Y eximo al \_\_\_\_\_, de cualquier responsabilidad por las cuotas reportadas por PUNTONET. Renuncio a cualquier acción legal en contra de la institución.

Firma: X 



## ANEXO N° 13

### Acta de entrega de servicio

#### ACTA DE ENTREGA DE SERVICIO

FECHA: STO DGO 21 de Agosto del 2009

1. DATOS GENERALES (necesarios para facturación)	
NOMBRE:	VERA PAZ OLIVER
DIRECCION:	LOTIZACION INTRIAGO N.- 3 DIAGONAL A TALLERES MUNICIPALES
TELEFONO:	2661-538/085643437
CONTACTO:	VERA PAZ OLIVER
MAIL:	
RESPONSABLE COMERCIAL:	ISRAEL LESCANO

ORIGEN:	
DIRECCION:	
TELEFONO:	
CONTACTO:	
MAIL:	

DESTINO:	
DIRECCION:	
TELEFONO:	
CONTACTO:	
MAIL:	

2. CARACTERISTICAS DEL ENLACE				
DESCRIPCION				EL CARMEN
SERVICIO CONTRATADO:				WIFI
ANCHO DE BANDA:				256/*128
NIVEL DE COMPARTICION:				06:01
SERVICIO ULTIMA MILLA:				NO
LINEA MULTIPLEXAR:				-
DOMINIO:				-
BUZONES DE CORREO:				-
EQUIPOS A INSTALAR:				1
SERVICIOS A ACTIVAR:				Internet
UPS / ENERGIA ELECTRICA REGULADA				si
SERVIDOR: (TARJETA DE RED)				si
NO. IP'S ASIGNADAS:				-

3. DATOS TECNICOS				
IP'S Red				
IP'S Gateway				
IP'S Mascara				
IP'S Disponibles				
OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES (Técnico)	codigo: 95415			

4. ESTA SECCION DEBE SER LLENADA EXCLUSIVAMENTE POR EL CLIENTE					
DESCRIPCION	SI	NO			
EL Responsable Comercial confirmó cita:					
El Responsable Técnico llegó puntual:			Retraso:	Minutos	
	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Deficiente	Malo
Calidad de Asistencia Técnica					
Cordialidad e Interés					
Cumplimiento de expectativas técnicas					

#### OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

CONTRATO 128/64 Aplica Promoción Día del Padre 256/128

LLEVAR BASE

960

CLIENTE

Nombre:

Nombre:

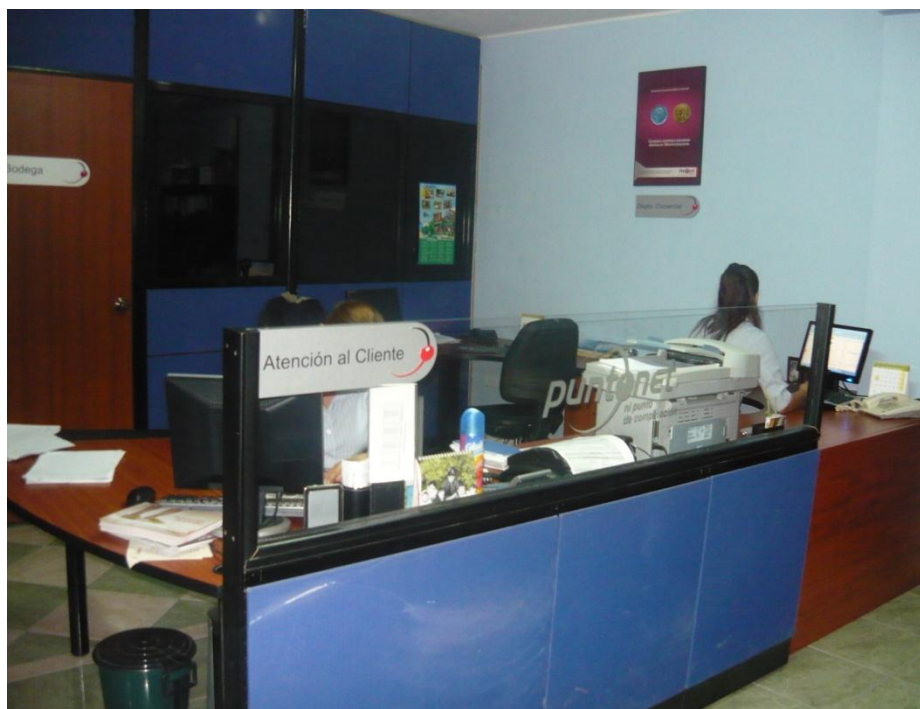
**ANEXO N° 14**

**Foto N° 2**  
**Gerencia**



**ANEXO N° 15**

**Foto N° 3**  
**Instalaciones de la oficina**



**ANEXO N° 16**

**Foto N° 4**

**Cobranzas**



**ANEXO N° 17**

**Foto N° 5**

**Departamento Técnico**

