



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA- CPA**

TITULO DEL PROYECTO:

**“REINGENIERÍA DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA
EMPRESA CAVNET S.A.”**

AUTORES:

SANDRA CECILIA MARTINEZ PEÑA

IRENE YOMARA ACOSTA PEREZ

MILAGRO, ABRIL DEL 2013

ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor de proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título **“Reingeniería de procesos administrativos en la empresa CAVNETS.A.”**.Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria – C.P.A.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, abril del 2013

Presentado por los Egresados:

Sandra Cecilia Martínez Peña

C.I. 0927311167

IreneYomara Acosta Pérez

C.I. 0923365001

TUTOR:

MBA. Enrique Armendáriz Lasso

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Sandra Cecilia Martínez Peña e Irene Yomara Acosta Pérez, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Reingeniería de procesos administrativos en la empresa CAVNET S.A.”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autoras del mismo y tener la asesoría personal del Msc. Enrique Armendáriz.

Milagro, abril del 2013.

Sandra Cecilia Martínez Peña
C.I. 0927311167

Irene Yomara Acosta Pérez
C.I. 0923365001

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico al creador de todas las cosas, aquel que me dio fortaleza para continuar cuando estuve a punto de caer por ello, con toda la humildad de mi corazón dedico primero mi trabajo a Dios.

De igual forma, dedico esta tesis a mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles

A mi padre que con sus consejos me guio para culminar mi carrera profesional, estoy segura que estas orgulloso de mí

A Jairo González tu eres muy importante para mí, siempre estuviste apoyándome en todo momento desde la iniciación del proyecto hasta el final, sin duda eres uno de mis pilares fundamentales en mi vida. A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos

A mis amigos quienes con su apoyo y conocimientos hicieron de esta experiencia una de las mas especiales.

.

SANDRA MARTINEZ PEÑA

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a todas las personas que de alguna forma u otra pusieron ese granito de arena para que esto funcionara. A mis hijos que me motivaron a seguir creciendo como profesional, a mi madre por haberme apoyado incondicionalmente y enseñarme que lo que uno se propone lo logra, uno es dueño de su vida y las excusas no te llevan a ningún lado. Gracias a mi esposo que es el pilar fundamental en todo lo que realizo.

IRENE ACOSTA PEREZ

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme vida, salud y la fuerza necesaria para poder cumplir esta meta

A mi madre que a pesar de estar lejos y de nuestras diferencias ha sido mi soporte a lo largo de mi vida

Agradezco también a mi Padre por ser un apoyo en mi carrera profesional, en mis retos y logros alcanzados

A mi tutor Msc. Enrique Armendáris por su colaboración brindada, y sabios consejos durante la elaboración de este proyecto

A mis amigas Roxana Machuca, Sonia Tigua, Gabriela Navarro, Adriana Llanos Gabriela Mancero, quienes han sido incondicionales y en situaciones difíciles estuvieron conmigo,

A mi familia Tías, Tíos los cuales confiaron en que lo iba a lograr

Gracias a todas las personas que ayudaron de alguna manera en la realización de este proyecto

SANDRA MARTINEZ PEÑA

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento a Dios, ya que sin él no hubiera sido posible la culminación de esta meta que me he propuesto, a mi madre que siempre me apoyó y alentó moral y espiritualmente gracias por su paciencia y comprensión.

A mi asesor MSc. Enrique Armendáriz quien me ha impartido sabios y honestos conocimientos para alcanzar la meta propuesta.

A la universidad Estatal de Milagro y sobre todo a la facultad de ciencias de la ingeniería administrativas, a sus directivos y catedráticos por abrir las puertas de esta institución para brindarnos la oportunidad de superarnos y alcanzar nuestras metas profesionales.

A las personas de la empresa CAVNET por la facilidad que nos brindaron para el desarrollo de este trabajo.

A todos ellos de mi entorno mis más sinceros agradecimientos.

IRENE ACOSTA PEREZ

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNEMI

Señor rector el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la **“Reingeniería de procesos administrativos en la empresa CAVNET S.A.”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril del 2013

Sandra Cecilia Martínez Peña
C.I. 0927311167

Irene Yomara Acosta Pérez
C.I. 0923365001

INDICE GENERAL

Carátula.....	i
Aceptación por el tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de los derechos del autor.....	vii
Índice general.....	viii
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.1.1. Problematización del Problema.....	4
1.1.2 Delimitación del Problema.....	7
1.1.3 Formulación del Proyecto.....	7
1.1.4 Sistematización del problema.....	7
1.1.5 Determinación del problema.....	8
1.2 Objetivos.....	8
1.2.1 General.....	8
1.2.2 Específicos.....	8
1.3 Justificación.....	9

CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1 Marco teórico.....	10
2.1.1 Antecedentes históricos.....	10
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	11
2.1.3 Fundamentación.....	12
2.2 Marco legal.....	35
2.3 Marco conceptual.....	46
2.4 Hipótesis y variables.....	48

2.4.1 Hipótesis General.....	48
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	48
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	49
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	50

**CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO**

	Pág.
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	54
3.2 Población y muestra.....	57
3.2.1 Característica de la población.....	57
3.2.2 Delimitar la población.....	58
3.2.3 Tipo de muestra.....	58
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	58
3.2.5 Proceso de selección.....	59
3.3 Métodos y técnicas.....	59
3.3.1 Métodos teóricos	59
3.3.2 Métodos empíricos	62
3.3.3 Técnica e instrumento.....	62
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	62

**CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual.....	64
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencia, perspectiva y perspectiva.....	65
4.3 Resultados.....	92
4.4 Verificación de la hipótesis.....	93

**CAPITULO V
PROPUESTA**

	Pág.
5.1 Tema.....	95
5.2 Justificación.....	95
5.3 Fundamentación.....	96
5.4 Objetivos.....	100
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	100
5.4.2 Objetivos específicos.....	100

5.5 Ubicación.....	100
5.6 Factibilidad.....	101
5.7 Descripción de la propuesta.....	101
5.7.1 Actividades.....	142
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	155
5.7.3 Impacto.....	172
5.7.4 Cronograma.....	173
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	174
Conclusiones.....	175
Recomendaciones.....	176

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	
Áreas Funcionales de la Empresa	13
Cuadro 2.	
Operacionalización de las variables.....	50
Cuadro 3.	
Hipotesis Paraticular 2.....	51
Cuadro 4.	
Hipotesis Paraticular 3.....	51
Cuadro 5.	
Hipotesis Paraticular 4.....	52
Cuadro 6.	
Hipotesis Paraticular 5.....	52
Cuadro 7.	
Hipotesis Paraticular 6.....	53
Cuadro 8.	
Calificación de la empresa.....	65
Cuadro 9.	
Competitividad de la empresa.....	66
Cuadro 10.	
Planificación del trabajo.....	67
Cuadro 11.	
Cumplimiento de las labores.....	68
Cuadro 12.	
Cumplimiento del reglamento.....	69
Cuadro 13.	
Sanciones.....	70
Cuadro 14.	
Organigrama estructural.....	71
Cuadro 15.	
Manual de funciones.....	72
Cuadro 16.	
Reglamento empresa.....	73

Cuadro 17.	
Procesos de selección y reclutamiento de personal.....	74
Cuadro 18.	
Manuales de funciones.....	75
Cuadro 19.	
Manuales de funciones de la empresa.....	76
Cuadro 20.	
Plan estratégico institucional.....	77
Cuadro 21.	
Comunicación en la empresa.....	78
Cuadro 22.	
Conocimiento del sector comercial.....	79
Cuadro 23.	
Empresas que han visitado.....	80
Cuadro 24.	
Servicios en general.....	81
Cuadro 25.	
Medios de publicidad.....	82
Cuadro 26.	
Calificación al servicio que ofrece la empresa CAVNET.....	83
Cuadro 27.	
Departamento de quejas o líneas telefónicas.....	84
Cuadro 28.	
Eficiencia del servicio.....	85
Cuadro 29.	
Trato al cliente.....	86
Cuadro 30.	
Compra de servicios de la competencia de la empresa CAVNET.....	87
Cuadro 31.	
Solicitud de servicios por recomendación.....	88
Cuadro 32.	
Expectativas de los clientes con el precio.....	89
Cuadro 33.	
Equipos tecnológicos.....	90

Cuadro 34.	
Aceptación pago del 10% más del servicio por equipos tecnológicos nuevos.....	91
Cuadro 35.	
Verificación de Hipótesis.....	93
Cuadro 36.	
Barreras de entrada.....	131
Cuadro 37.	
Determinantes de la rivalidad.....	133
Cuadro 38.	
Servicios sustitutos.....	134
Cuadro 39 .	
Poder de compra de los clientes.....	135
Cuadro 40.	
Negociación con los proveedores.....	137
Cuadro 41	
Análisis del sector comercial.....	137
Cuadro 42.	
Estrategia ofensiva.....	139
Cuadro 43.	
Estrategia Defensiva.....	141
Cuadro 44 .	
Estrategia FO-FA-DO-DA.....	134
Cuadro 45	
Lista de precios de nuestros principales productos.....	147
Cuadro 46.	
Activos fijos.....	167
Cuadro 47.	
Depreciación de activos.....	167
Cuadro 48.	
Inversión del proyecto.....	168
Cuadro 49.	
Financiamiento.....	168
Cuadro 50.	
Tabla de amortización mensual.....	169
Cuadro 51	
Tabla de amortización mensual.....	169
Cuadro 52.	
Flujo de caja.....	170
Cuadro 53.	
Balance general.....	171

ÍNDICE DE GRÁFICO

Grafico 1.	
Mapa de procesos.....	32
Grafico 2.	
Procesos de una empresa mayorista.....	33
Grafico 3.	
Calificación de la empresa.....	65
Grafico 4.	
Competitividad de la empresa.....	66
Grafico 5.	
Planificación del trabajo.....	67
Grafico 6.	
Cumplimiento de las labores.....	68
Grafico 7.	
Cumplimiento del reglamento.....	69
Grafico 8.	
Sanciones.....	70
Grafico 9.	
Organigrama estructural.....	71
Grafico10.	
Manual de funciones.....	72
Grafico 11.	
Reglamento empresa.....	73
Grafico 12.	
Procesos de selección y reclutamiento de personal.....	74
Grafico 13.	
Manuales de funciones.....	75
Grafico 14.	
Manuales de funciones de la empresa.....	76
Grafico 15.	
Plan estratégico institucional.....	77
Grafico 16.	
Comunicación en la empresa.....	78

Grafico 17.	
Conocimiento del sector comercial.....	79
Grafico 18.	
Empresas que han visitado.....	80
Grafico 19.	
Servicios en general.....	81
Grafico 20.	
Medios de publicidad.....	82
Grafico 21.	
Calificación al servicio que ofrece la empresa CAVNET.....	83
Grafico 22.	
Departamento de quejas o líneas telefónicas.....	84
Grafico 23.	
Eficiencia del servicio.....	85
Grafico 24.	
Trato al cliente.....	86
Grafico 25.	
Compra de servicios de la competencia de la empresa CAVNET.....	87
Grafico 26.	
Solicitud de servicios por recomendación.....	88
Grafico 27.	
Expectativas de los clientes con el precio.....	89
Grafico 28.	
Equipos tecnológicos.....	90
Grafico 29.	
Aceptación pago del 10% más del servicio por equipos tecnológicos nuevos.....	91

INDICE DE FIGURA

Figura 1.	
Mapa de ubicación	101
Figura 2.	
Logotipo.....	103
Figura 3.	
Organigrama estructural.....	104
Figura 3.	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter	128

RESUMEN

El proyecto se enfocó en la empresa CAVNET dedicada a brindar el servicio de internet en el cantón Milagro y sectores aledaños por más de seis años en el mercado, la problemática que presentaba esta entidad es en la ineficiencia en la administración organizacional, lo cual está afectando la operatividad de la misma, motivo por el cual se estableció como objetivo la aplicabilidad de procesos administrativos a través de la investigación para así identificar las falencias enunciadas en la problematización. Respondiendo efectivamente a la formulación y sistematización del problema se planteó las respectivas hipótesis. El marco metodológico está compuesto por los tipos de investigación que se aplicaron para fundamentar la propuesta, donde se determinó el universo para el cálculo de la muestra, utilizando la herramienta investigativa conocida como la encuesta, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se constató que la empresa cuenta con flujogramas empíricos, motivo por el cual las gestiones operativas no son atendidas con puntualidad, por ello ha generado un nivel poco satisfactorio en los clientes. Razón por la cual se propuso una reingeniería en la empresa CAVNET, donde se observa los diferentes procesos. Así mismo se elaboró los manuales de funciones para el personal de esta forma optimizar las actividades internas y externas de la entidad, cumplimiento con los objetivos establecidos. La propuesta fue evaluada financieramente a través de un estado financiero y balance general para así determinar la factibilidad de este proyecto. Por último se estableció las respectivas conclusiones y recomendaciones que ayudarán a los gestores de este trabajo dejar un precedente ante la problemática que se planteó y su solución el cual quedara a criterio de la alta administración de la gerencia de la empresa objeto de estudio o de aquellas empresas que tengan el mismo problema.

SUMMARY

The project focused on CAVNET company dedicated to providing Internet service in Canton and surrounding areas Miracle for more than six years on the market, the problems presented In this entity is inefficient organizational management, que is affecting, the operation of it, why the target was established Applicability of administrative Processes through research in order to identify identity the Shortcomings Outlined in the problematization. Responding Effectively to the formulation and systematization of the respective problem Arose hypothesis. The methodological framework Consists of the types of research That Were Conducted to support the proposal, que determined to the universe for the calculation of the sample, using the investigative tool Known as the survey, after Obtaining the information They Proceeded to make the interpretation of results is the collection, tabulation and analysis of research instrument, que found That the company has no operating manuals, procedures, and in turn the operational arrangements are not Treated on time for this has created a very satisfactory level customers. This is why we CAVNET Proposed to reengineering company, showing the different processes. Also be prepared manuals for staff functions Malthus Optimizing internal and external activities of the entity, compliance With The Objectives set. The proposal was financially evaluated through a financial statement and balance sheet in order to determine the feasibility of this project. Finally Settled the respective conclusions and recommendations That will help managers leave this work to the problematic precedent That was raised and its solution Which is at the discretion of senior management of the company management under study or Those companies having the same problem.

INTRODUCCIÓN

La Ciudad de Milagro se ha caracterizado por ser una ciudad eminentemente agrícola y productiva, esto ha dado lugar a la apertura de negocios de gran variedad. Prueba de ello es el incremento de empresas de servicios, como las empresas que proveen internet.

Sin embargo no todas las empresas proveedoras de internet se manejan igual, y por ende sus resultados o rentabilidad difieren unas de otras. Es decir que la administración y el manejo comercial de cada empresa se manejan diferentes, sea en los procesos o en la supervisión y ejecución de los métodos y procedimientos correctos.

Como una constante de todas estas empresas proveedoras de servicio podemos citar el escaso manejo de los procesos de atención al cliente, es decir, el trato que el consumidor debe recibir por parte de los representantes de la empresa.

No sólo se considera como un trato descortés a la educación con la que se debe tratar a los clientes, se han presentado continuas quejas de clientes por la lentitud y falla del servicio, antenas defectuosas en constante reparación, el inventario no está registrado en un programa, el cual se lleva de manera manual, etc., en fin varios problemas dentro de la organización son los que afectan el rendimiento de esta empresa.

Ciertas empresas carecen de un eficiente programa contable, y en otros casos no utilizan estos programas para llevar un mejor manejo de los recursos económicos.

Otro de los síntomas de una ineficiente administración y ejecución de planes y procesos son ocasionados por la falta de personal capacitado para el manejo de equipos tecnológicos, los documentos tales como facturas de ventas, compras, recibos, egresos, no se encuentran debidamente archivados.

El presente proyecto se encuentra dividido en cinco capítulos:

El primer capítulo consiste específicamente en el planteamiento de los problemas, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene el desarrollo del tema planteado.

También encontramos los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo. La justificación nos explica el porqué del proyecto, la importancia y seriedad del tema tratado.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico, donde se plasmó información relacionada al desarrollo del trabajo, de esta manera se fundamentó el estudio ejecutado.

En su fomentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la creación, desarrollo y evolución de las leyes, normas y reglamentos tributarios, financieros y contables.

El tercer capítulo, nos referimos a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente y nos conlleva a formularnos interrogantes con respuestas trascendentales para la realización de una investigación y análisis profunda.

Contamos con el marco metodológico el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema. Además se empleó técnicas e instrumentos que posibilitó la interpretación de datos encontrados en el trabajo.

En el cuarto capítulo se encuentran las respectivas preguntas planteadas en la encuesta las cuales se realizaron y aplicaron a la muestra poblacional tomada como referencia para obtener información relevante sobre el tema planteado, donde se obtuvo los resultados esperados.

En el quinto capítulo tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general sobre la reingeniería de procesos en la empresa CAVNET S.A. Se realizó el análisis de mercado con sus respectivos componentes, este permitió conocer el segmento de mercado, los competidores, las barreras de entrada y el impacto que tendría con la aplicación de esta propuesta.

A través de este análisis se desarrolla el FODA de la organización donde se dio a conocer los aspectos positivos y negativos de la empresa. Con este análisis se desarrolló un plan estratégico aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece el entorno y combatir las amenazas externas que se nos presenten.

Así mismo en este capítulo tenemos el marketing mix el mismo que aplicado correcta y eficazmente permitirá un posicionamiento estratégico y beneficioso en el mercado.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de nuestra sociedad.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1,1.1 Problematización

En la actualidad en la ciudad de Milagro, existen empresas y organizaciones de varios tipos y tamaños, su finalidad es la de proporcionar bienes, servicios o ambos a la vez. También las empresas son personas jurídicas con muchos colaboradores o empresas unipersonales.

Dentro del grupo de empresas que brindan servicios están las organizaciones que ofertan servicios de internet en la localidad y a los sectores aledaños del cantón como la empresa CAVNET S.A las cuales presentan deficiencias en la administración, originándoles pérdida de competitividad en sus operaciones.

Es importante delimitar las prioridades competitivas de operaciones es sustancial mantener una definición de cada uno de los aspectos que incide en las acciones dentro de las empresa de servicio. Las empresas en todo el mundo han en centrado que la velocidad a la que la competencia crece y la que el mundo cambia es cada vez mayor, por ello, es importante que la empresa CAVNET emprenda iniciativas que le produzcan resultados y mejoramiento en cada uno de sus procesos, mostrándose esto con una estrategia competitiva para poder sobrevivir a los cambios que se producen su medio.

La aplicación de estrategias competitivas en cada una de las operaciones pueden tomarse como un enfoque sistemático hacia una responsabilidad mayor y cada vez más importante de la estrategia general de la empresa, es decir, relaciona a la empresa con su entorno estableciendo su posición, de tal manera que garantice su éxito continuo y la proteja de la competencia .

Es importante tener en cuenta que la competencia está en el centro del éxito o del fracaso de la empresa. Por lo tanto podemos decir que la competencia determina las características de las actividades de una empresa y que la implementación o no de una estrategia competitiva puede determinar el nivel de competitividad y desempeño en el mercado.

En el caso de la empresa CAVNET el aplicar una estrategia competitiva produciría un doble efecto en la oferta y garantía de los servicios: por una parte, fideliza a sus clientes y, por otra, lanza un mensaje interno de eficiencia enfocando a toda la organización hacia un objetivo claro y definido.

Es importante conocer que gestionar una organización, para ello es necesario reconocer que un individuo es incapaz de satisfacer todas sus expectativas por sí mismo, tiene que basarse en los demás para cumplir sus propias necesidades.

En tanto varias personas coordinan sus esfuerzos, terminan llegando a la conclusión de que juntos pueden conseguir más que actuando aisladamente. Motivo por el cual con el propósito de sumar esfuerzos y superar las limitaciones individuales, las personas se agrupan para formar organizaciones formales o informales orientadas al logro de objetivos comunes, que pueden ser transitorios o permanentes.

En la medida en que se direccionan buenas las organizaciones, estas sobrevivieron o crecen. Al crecer las organizaciones requieren mayor número de personas para la ejecución de sus actividades, y estas personas al ingresar en las organizaciones, persiguen objetivos individuales que no siempre son compatibles con quienes en principio conforman las organizaciones.

Esto hace que gradualmente los objetivos organizacionales se alejen de los individuales de los nuevos participantes, generándose de esta manera una variedad

de comportamientos e intereses aislados y complejos entre el individuo y la organización.

La carencia de la administración organizacional en la empresa objeto del estudio repercute en todas las áreas de la empresa, ocasionando que cada una de ellas tenga un deficiente desempeño en sus labores cotidianas.

Analizando cada una de las áreas con que cuenta una organización orientada a la comercialización de servicios de internet, se evidencia que existen varios departamentos que no tienen funciones determinadas que agilicen su buen funcionamiento, lo cual es producto de inadecuadas planificaciones de los procesos internos.

Pronostico

En caso de que las empresas que se dedican a la comercialización de servicios de internet no adopten eficientes conocimientos administrativos, la organización está destinada a limitar sus operaciones comerciales, por ende el posicionamiento que tiene en el mercado será desplazado por los competidores que si adopten estos procesos.

Las distintas áreas que conforman la empresa en caso de no contar con responsables que tengan conocimientos y experiencias en el manejo de estas dependencias, no podrán realizar una eficiente laborar y por ende se pierde recursos económicos, humanos y tiempo.

La inexistencia del organigrama y manual de funciones que deberían tener en esta empresa impiden que exista una jerarquización de los mandos, así mismo, exista el desconocimiento de las tareas y labores que deban cumplir cada uno de los funcionarios que laboran en la organización.

Control del pronóstico

Adoptar y aplicar procesos administrativos en las empresas que aseguran su permanencia a lo largo de la línea de tiempo, mantiene el posicionamiento del mercado y permite su expansión con la constante capacitación de clientes.

La correcta aplicación de los procesos administrativos se traducirá en eficiencia de todas las actividades y funciones de la organización, de los distintos departamentos y de la eficiente labor de los funcionarios de la empresa.

El diseño y la planificación del organigrama y el manual de funciones que las empresas exitosas poseen, garantizaran el excelente desempeño de los funcionarios de la empresa mediante el cumplimiento de los reglamentos internos, de la supervisión de los jefes de área y de la iniciativa de los mismos colaboradores que trabajaran con pasión.

Las organizaciones transforman los recursos materiales y el talento humano al servicio de ellas brindándoles resultados de calidad a costos convenientes y con eficiencia en las tereas.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Ciudad: Milagro

Área: Servicios de Internet

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera la ineficiencia en la administración organizacional incide en la pérdida de competitividad de las operaciones de las empresas?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo influye la escasa administración organizacional en el eficiente desempeño de las labores cotidianas?

¿Cómo afectan las inadecuadas planificaciones de los procesos administrativos en las funciones que deben cumplir el talento humano en sus labores diarias?

¿En qué afecta el incumplimiento del reglamento interno de la empresa sobre el control de las labores de los funcionarios de la organización?

¿En que incide la inexistencia del organigrama de la entidad sobre el desconocimiento del orden jerárquico de la misma?

¿Qué incidencia tienen los profesionales con conocimiento en administración de recursos humanos incide en los procesos de capacitación, selección del personal?

1.1.5 Determinación del tema

“Reingeniería de procesos administrativos en la empresa CAVNET S.A.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivos General

Establecer en qué manera la ineficiencia en la administración organizacional incide en la pérdida de competitividad de la empresa CAVNET, mediante la investigación de los procesos administrativos que se aplican en la entidad, para mejorar su posicionamiento en el mercado de servicios en el Cantón Milagro durante el transcurso del presente año.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar las causas que ocasionan la progresiva pérdida de los clientes de la empresa, para apreciar el nivel de pérdidas económicas de la organización.
- Emplear la información del desempeño del talento humano, para juzgar el correcto proceso de la selección del personal.
- Orientar a la empresa a aplicar evaluaciones de desempeño al personal a fin de conocer su nivel de eficiencia en las labores efectuadas.
- Constatar el grado de cumplimiento de las labores cotidianas de los trabajadores, para estimar el nivel de competencias que poseen los colaboradores.
- Indicar que los profesionales con conocimiento en administración de recursos humanos inciden en el proceso de capacitación, selección del personal.

1.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Creemos que es importante determinar cuáles son las causas que pueden afectar los procesos en general de las empresas proveedoras de servicio de internet de la localidad, con el fin de entender mejor la problemática y poder sugerir las mejoras necesarias que deban adoptar estas empresas y lograr posicionamiento en el mercado gracias al correcto accionar de los procesos organizacionales.

Debemos determinar puntualmente de qué manera la inexistencia o la no aplicabilidad de objetivos y metas claras afectan el rendimiento en la empresa también la eficiencia del trabajo y los resultados esperados que no son alentadores son producidos por un inadecuado manual de funciones y/o la falta de un organigrama que establezca claramente las funciones y responsabilidades de cada empresa.

Todos estos aspectos antes mencionados actúan directamente sobre el rendimiento de las labores de las empresas y por ende afectan los procesos administrativos que conllevan a que una empresa se consolide aceptablemente en el mercado, consecuencia de ello la rentabilidad va a ser alta, baja o se mantendrá.

Bajo estas circunstancias creemos necesario que la empresa antes mencionada revise sus procesos, ya que las falencias administrativas de sus integrantes o el diseño estructural no están dando resultados esperados, es aquí donde se hace necesario que esta empresa reestructure su organigrama, manual de funciones, y sus procesos internos.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Antecedentes del proceso de calidad

Después de la segunda guerra mundial, en 1945, Japón quedó prácticamente destruido a consecuencia del ataque nuclear que soportó por parte de los Estados Unidos como su base naval en Pearl Harbor. Este país no tuvo más remedio que iniciar su reconstrucción total. Lo hizo desde los cimientos de su sociedad, cambiando la idea del socialismo, abriendo una puerta al capitalismo. Es por esta razón que envió capital intelectual (ingenieros y sus tecnologías etc.) a los países de occidente, especialmente a los países de occidente, como Gran Bretaña y Estados Unidos, con el fin de aprender las características de los sistemas de fabricación que usan las compañías industrializadas más exitosas del mundo. Además solicitó a los mejores expertos de Europa y EE.UU que les enseñe todas las modernas técnicas de fabricación que involucren lograr bajos costos y gran nivel de calidad.

Para la década de los 60, ya casi todas las empresas japonesas se hallaban trabajando con los sistemas de manufactura europea adoptados en el exterior y empezaban a competir con los productos que tradicionalmente eran de manufactura europea o Norteamérica. Esta pérdida de mercado hace que las empresas

occidentales envíen a sus ingenieros a Japón para que estudien sus procesos de manufactura. En la década en los setentas, Japón continúa desarrollándose con la experiencia obtenida, eficaces los sistemas productivos resultando cada vez más competitivo en cuanto a la calidad, el costo, la diversidad y el cumplimiento en las entregas. Tanto Europa como los EE.UU. en base a lo aprendido de los modernos procesos de manufactura japoneses empiezan a desarrollar sendos modelos acoplados a sus países y también a las posibilidades de superar la producción japonesa.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Implante s.a.

Esta empresa es proveedora de servicios de internet, su representante legal es el Sr. Arlington Mora, pionero en la comercialización de internet en Milagro. El Sr. Mora empezó a trabajar El Sr. Mora empezó a trabajar en la comercialización de internet como un asesor comercial, más tarde apertura una empresa informal donde sub arrendaba el servicio de otra empresa de Guayaquil. Siempre se ha mantenido a la vanguardia de la tecnología y de las exigencias de los consumidores de este servicio. Actualmente dirige de manera bastante acertada la empresa Implanta s.a. ubicado en las calles Malecón Esmeralda, atrás de las villas del seguro, sector San Miguel. Poco a poco ha experimentado expansión en su empresa, presentemente está bien posicionado en el mercado local como uno de los mayores proveedores de internet con mejor calidad de servicio. En la actualidad con un aproximado de 3500 abonados, mantienen un ancho de banda aceptable, oferta tarifas de acuerdo al requerimiento del usuario en función de la velocidad de navegación. Sus precios van desde \$ 22.40 el servicio básico, \$ 44.80 los de mayor velocidad.

La instalación de la antena también está en relación con el servicio. Sin embargo en los actuales momentos, ya surgen inconvenientes con ciertos abonados que se quejan de un servicio deficiente, de una baja velocidad de navegación. Esta situación puede deberse a varias situaciones como: Demasiados abonados dentro de un mismo perímetro, antenas repetidoras colapsada por falta de mantenimiento, no se incrementa el recurso humano para poder brindar mayor servicio a los abonados.

2.1.3 FUNDAMENTACION

Fundamentación científica

La empresa y la Administración

Entendemos por empresa a la persona física o sociedad mercantil o industrial que se dedica a la producción de artículos o proporcionar servicios.

Empresario es la persona que emprende actividades para iniciar, mantener o ampliar un negocio orientado a la producción de artículos o servicios. El empresario contribuye al bienestar general al satisfacer necesidades de la comunidad.

En la empresa se realiza muchas actividades cuyas características conoce bien el empresario. En la empresa se realizan muchas actividades cuyas características conocen bien el empresa se realizan muchas actividades es lo que conoce bien el empresario. El dominio directo o indirecto de estas actividades es lo que se conoce como administración.

La administración de empresas es el conjunto de conocimientos y habilidades que permiten dominar, directa o indirectamente, todas las actividades y transacciones de una empresa.

El microempresario, que desarrolla las mismas tareas, en menor escala, no deja por ello de ser un empresario, y como tal, asimilar estos conceptos

El Ciclo Administrativo

Las actividades administrativas cubren cuatro fases o etapas del proceso administrativo:

Proyección: ¿Qué quiero? ¿Con que?

Alineación: ¿Cómo?

Orientación: Ordena

Control: Supervisa

El proceso dependiente se repite una y otra vez, por lo que las etapas conforman el ciclo administrativo. La administración de una empresa surge con la planificación

inicial, se desarrolla hasta llegar a su control, pero no se detiene ahí, sino que se utiliza la información que produce un buen control para volver a planear con lo que se reiniciara el ciclo. Dentro de una buena administración cada administración cada actividad cumple de principio a fin el ciclo del proceso administrativo.

Áreas Funcionales de la Empresa

Las actividades del proceso administrativo: planificación organización, dirección y control, se desarrollan en las áreas funcionales de una empresa. Estas son:

Cuadro 1.

VENTAS	PRODUCCIÓN
Es el área encargada de llevar los bienes y servicios del productor al consumidor. Se las conoce como el área de las 4 P	Es el área encargada de la transformación de las materias primas en productos (bienes o servicios ⁹ terminado. Algunas decisiones que debe tomar el empresario en esta área son:
Producto	Localización de la empresa
Plaza	Tamaño de la empresa
Promoción	Materias primas
Precio	Maquinarias y equipos
	Proceso de producción
	Almacenamiento
PERSONAL	FINANZAS
Es el área encargada del personal de la empresa. Estas actividades suelen estar relacionadas con:	Es el área encargada del manejo de los recursos financieros necesarios para que se cumplan los planes de la empresa. Entre otras se encuentran las siguientes actividades:
El reclutamiento y selección del personal.	
La capacitación	Obtención oportuna de los recursos financieros necesarios para que se cumplan los planes de la empresa.
La motivación del personal	
El sistema de incentivos y de recompensas.	El manejo de las relaciones con bancos y entidades financieras.
Los riesgos y accidentes.	

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

El planteamiento

Algunos empresarios gustan improvisar soluciones a los problemas que va confrontando su empresa. Sin embargo, esta forma de trabajar limita las potencialidades de desarrollo de la empresa. Sin embargo, esta forma de trabajar limita las potencialidades de desarrollo de la empresa.

Las actividades de planificación indican que se logra en la empresa y con qué medios se planea alcanzarlo.

Conoce con claridad los propósitos de la empresa, orienta las actividades del empresario en las cuatro áreas funcionales, reduce el desperdicio de recursos en actividades ineficaces, permite tomar decisiones sobre formas alternas de realizar algunas actividades y elimina los efectos del azar derivados de la imprevisión.

Como se dijo anteriormente, las fases o etapas del proceso administrativo deben iniciarse en la planificación y desarrollarse hasta la fase de control. Esto debe hacerse para cada una de las áreas funcionales de la microempresa. Se presenta los aspectos de planificación que deben considerarse en cada una de las áreas.

La planificación se realiza cuando se determinan los siguientes aspectos:

Que se va a vender

Bienes

Productos

A quien se va a vender

Empresas

Familias

Personas

Beneficios de la planificación

La planificación será adecuada si incluye:

Los propósitos que se consideran realizables de acuerdo a las características de la empresa y al medio en que funciona.

Si se determinan las actividades que hay que hacer para lograr los propósitos ¿Qué hacer?

Si se determinan los medios a que se recurrirá para realizar las actividades necesarias ¿con que medios?

Si se programa el tiempo en que hay que realizar ¿Quién lo hace?

Si se asignan responsabilidades específicas para cada actividad a realizar ¿Quién lo hace?

La organización

Organizar es el conjunto de actividades que pretenden coordinar los recursos físicos, económicos y humanos, para el logro de los propósitos de la empresa.

Al organizar establecemos un orden. Este orden tiene el propósito de hacer bien el trabajo y aprovechar los recursos para lograr los objetivos de la empresa.

Para que sea adecuada la organización administrativa de las empresas se requiere:

La existencia de un conjunto de recursos físicos, económicos y humanos.

Una base de organización: orden.

El cumplimiento de las bases de organización.

La estructura de la organización, que se deriva de las relaciones entre los recursos.

El conocimiento de los propósitos de la empresa.

“Las investigaciones de Henry Fayol

En el área, se área, se basaron en su enfoque sintético, global y universal de la empresa, con una concepción anatómica y estructural de la organización.

Uno de sus resultados fue la creación de una serie de 14 principios que toda empresa debería aplicar para lograr altos índices de eficiencia, donde destacan la disciplina, autoridad y correcta delimitación de funciones.

- 1) UNIDAD DE MANDO
- 2) AUTORIDAD
- 3) UNIDAD DE DIRECCION
- 4) CENTRALIZACION
- 5) SUBORDINACION DEL INTERES PARTICULAR AL GENERAL
- 6) DISIPLINA
- 7) DIVISION DEL TRABAJO
- 8) ORDEN
- 9) JERARQUIA
- 10) JUSTA REMUNERACION
- 11) EQUIDAD
- 12) ESTABILIDAD
- 13) INICIATIVA
- 14) ESPIRITU DE CUERPO” (ALTO NIVEL, 2012)

La Contabilidad y la Contabilidad de Gestión.

“La contabilidad financiera se ocupa del desarrollo y uso de tres estados financieros generales que las autoridades reguladoras exigen a las empresas, como el balance, la cuenta de resultados y el estado de flujo de caja.

La comprobación de gestión, en cambio, se centra en el costo de los productos y servicios, en *La contabilidad de gestión, en cambio, se centra en el costo de los productos y servicios, en el uso que los directivos pueden hacer de estos costos para preparar presupuestos, analizar costos para la planificación de beneficios, controlar la gestión de recursos y la estructura de costos de la empresa, así como elaborar informes de resultados relacionados con la responsabilidad de directivos y empleados.*”

Los fundamentos contables:

Dentro de las funciones el autor denota que las materias contables no son de aplicación exclusiva a las entidades que persiguen fines de lucro, conocidas como las empresas; también alcanzan en muchos aspectos a las entidades sin fines de lucro, sin embargo, en el desarrollo de las materias, el énfasis, salvo que se diga lo contrario, estará puesto en las primeras.

La contabilidad es un transcurso de reconocimiento de los efectos que producen los hechos económicos en la estructura patrimonial de la empresa, actúa captando datos acerca de los flujos económicos y financieros y sus sucesivas transformaciones, realizadas tanto o como del al interior de la empresa intercambio con el contorno. Dichos flujos y alternativas forman parte del proceso básico vital, conocido como proceso primario o ciclo operacional.

Desde comienzos de la década del 80 algunos profesores de la escuela de comercio de la universidad católica de Valparaíso, han utilizado una metodología que se basa en la enseñanza de la Contabilidad a partir del Proceso Primario de la empresa, conocido en el lenguaje contable-financiero como el Ciclo Operacional de la empresa. La propuesta de esta sistemática de esta metodología y sus fundamentos fue presentada en el documento “Una metodología docente para el área contable en la formación del Contador Público”, como ponencia en las XI Jornadas de Ciencias Económicas del Cono Sur, en el año 1983, por los profesores de la Escuela de Comercio Carlos Álvarez P; María Teresa García C. y Francisco Naftero V.

Los flujos de recursos

El proceso pone énfasis en las transformaciones que experimentan los flujos de recursos en el ciclo operacional de una empresa y cuya comprensión es necesaria para entender el objeto de medición de la Contabilidad, es decir, los flujos y acumulaciones de recursos; permite además enfatizar que la Contabilidad está inserta en el Sistema de Información del Sistema Empresa y de esta forma la persona comprende mejor la finalidad de ella y su utilización.

El Asunto primario (ciclo operacional) ha sido definido como “el conjunto secuencial de transformaciones realizadas por la empresa, que tiene por objeto la regeneración

de los fondos consumidos en el mantenimiento de su estructura y de los fondos utilizados en esas transformaciones”.

El Tránsito Primario está constituido entonces por una cadena de transformaciones, las cuales tienen cada una sus parámetros de regulación y control. En ella se pueden distinguir subconjuntos de transformaciones que constituyen procesos parciales, siendo la transformación verdaderamente importante para la empresa la transformación de dinero en dinero, y no la transformación de insumos en productos.

El ciclo operacional comienza en un determinado nivel de recursos (efectivos) que tienen su origen en el aporte de los dueños de la empresa han sido proporcionados por terceros, a quienes se les adeudan (denominados en métodos generales los acreedores). Estos recursos se van transformando durante el ciclo en bienes que constituyen los activos necesarios para desarrollar el giro del negocio, y que al ser vendidos generan nuevos recursos que sirven para recuperar aquellos consumidos en las evoluciones realizadas, en el mantenimiento de la estructura de la empresa; y también para auto-generar otros.

En el ciclo operacional se pueden distinguir básicamente las siguientes transformaciones:

Alternativas financieras de asignación de recursos, que corresponden a la conversión de dinero ya sean en bienes, servicios, inversiones, valores y otros.

Se manifiesta el Ciclo Operacional, referido a la empresa que desarrolla actividades de fabricación de un producto, sin embargo, los conceptos pueden ser aplicados a cualquiera, sea que se dedique a la prestación de servicios o a las actividades comerciales.

- Transformaciones productivas, corresponden a la función de Producción, es decir, a la alternativa de bienes, servicios y trabajo en productos y/o nuevos servicios.
- Transformaciones comerciales, corresponden a la conversión de los productos y/o servicios en derechos a cobrar a los clientes. Esta inversión se realiza a través de la entrega de los productos y/o servicios a los consumidores. También se denomina como función de Ventas.

- Transformaciones financieras de recuperación, corresponden a la conversión de los derechos a cobrar en dinero disponible. Se afecta a la función de Cobranzas.
- Transformaciones laborales, consisten en el consumo de fuerza laboral (física o intelectual) en el progreso de las otras alternativas enunciadas anteriormente.

Se relaciona a la función de Personal. En el desarrollo de este ciclo filtran y se transforman recursos, materiales e inmateriales, de manera interactiva. En este ciclo se consumen y utilizan recursos para mantener la estructura y el funcionamiento de la empresa, los que deben ser recuperados a través del progreso del mismo ciclo y mientras la empresa continúe en funcionamiento, el ciclo operacional termina donde empieza, y se reactiva inmediatamente con cada unidad monetaria que queda disponible para algún uso alternativo dentro del mismo, siendo la asignación de los recursos realizada por un tomador de decisiones (agente decisor).

Este período se repite muchas veces durante un mismo período de tiempo, además, se podría afirmar que el sistema se retroalimenta a sí mismo, se auto-mantiene y mientras esto ocurra puede permanecer indefinidamente en actividad.

Se puede avanzar, ya que el concepto será revisado en otro capítulo, que en el ciclo operacional está siempre presente el concepto de dualidad económica, es decir, los recursos que ingresan y se utilizan en el proceso de evoluciones se igualan o corresponden a las fuentes que los generan.

En una empresa pequeña, manejada por su propio dueño, prácticamente todos los datos están en su mente, tiene la información de inmediato, en tiempo real. Cuando la empresa desarrolla de tamaño, aumentan sus operaciones e interacciones internas y con el entorno, generando un aumento de la recolección de datos, proceso y distribución de la información, por lo tanto, surge la necesidad de disponer de más información, globalizada y desagregada, y de un sistema que permita administrarla y proporcionarla a los administradores.

El sistema de información de la empresa provee averiguación a la administración, para apoyarla en las funciones de toma de decisiones y de control, posibilitando el desarrollo de los procedimientos y manejo de los recursos de la manera más eficiente.

Se deduce por información al conjunto de datos que tienen significado o utilidad para el usuario. Existen elementos básicos en la empresa: personal, dinero, existencias, maquinarias, equipos e instalaciones en general, otros bienes o sutiles tales como marcas, patentes, derechos.

Además de estos elementos tan significativos, también constituye un elemento fundamental la Información, que al igual que los otros recursos debe ser administrado adecuadamente. La empresa tiene objetivos, siendo uno de los principales el maximizar sus beneficios o resultados positivos y la administración le otorga las herramientas para lograrlo.

Dirigir una empresa es combinar todos los elementos que la integran (personal, financieros, materiales e inmateriales) de tal modo que se logre satisfacer de la mejor manera posible los objetivos definidos para la organización y los de quienes en ella participan o interactúan con ella, sean clientes, distribuidores, propietarios, trabajadores, organismos fiscales, organismos contralores, entre otros.

El transcurso decisional, significa seleccionar una alternativa entre varias, requiere para llevarse a cabo una adecuada información. Tal información incluye datos obtenidos en la empresa y otros recogidos del entorno (por ejemplo, innovaciones en los tipos de cambio, tasas de interés, demanda por el producto).

La información establece un elemento indispensable para la planificación y el proceso de control. Se requiere, entre otra, información sobre variables controlables (nivel de producción, por ejemplo), no controlables (cotizaciones moneda extranjera, precios de materias primas en período de inflación), sobre recursos financieros, humanos, materiales.

En el proceso de control se obtiene información sobre las desviaciones respecto de lo programado que a su vez es empleada para tomar nuevas decisiones. Estacausa se realiza durante el desarrollo de las operaciones y no solamente al final, de esta manera se puede corregir oportunamente las desviaciones que se detecten.

Proceso de toma de decisiones:

1. Detectar la oportunidad o necesidad de tomar una decisión, es decir, captar la existencia de alguna situación que deba ser resuelta;

2. Averiguar las posibles alternativas de acción y evaluar los pro y contra de ellas;
3. Distinguir la alternativa más eficaz o eficiente.

En general un sistema de información está basado en sistemas computacionales, por lo tanto utiliza hardware y software; manuales de procedimientos; modelos para el análisis, la planeación, el control y la toma de decisiones; además, utiliza una base de datos.

El procedimiento de información se subdivide en subsistemas, dado que las funciones organizacionales y operacionales son variadas y tienen diferentes requerimientos de información.

Es así como podemos diferenciar entre otros los subsistemas de: mercadotecnia, producción, personal, finanzas. Todos los subsistemas de información que se definen para satisfacer los requerimientos de los usuarios de los distintos niveles, hacen uso de los mismos datos que son compartidos a partir de una base de datos. La base de datos es el principal recurso para la integración de los múltiples subsistemas.

En las disposiciones se pueden distinguir generalmente tres niveles de decisores:

- Estratégico,
- Táctico o de gestión,
- Operativo.

De manera simple se podría indicar que:

- Nivel estratégico, es aquel en el cual se decide el futuro de la empresa en el largo plazo, aquí se define la destreza de la empresa.
- Nivel táctico, es aquel en donde se definen las políticas, operaciones, los planes de desarrollo de la estrategia, es decir, se establecen las acciones que se han de realizar y alcanzar los objetivos de largo plazo;
- Nivel Operativo, es aquel en el cual se toman disposiciones para realizar las acciones, que luego se concretan produciendo los intercambios de flujos de recursos entre la empresa y el medio con el cual interactúa.

Cada uno de estos niveles tiene distintas obligaciones de información, el lector notará que al referirse a ellos se les presenta en una estructura piramidal, la razón es porque a mayor nivel de responsabilidad en las decisiones se requiere investigación más global, en cambio al bajar hacia los niveles operativos la necesidad de desagregar o descomponer la información aumenta.

El primer nivel, la base de la pirámide, es el nivel operativo que comprende la información relacionada con el procesamiento de las transacciones y es capaz de proveer la búsqueda requerida para las operaciones de control diario.

El siguiente nivel comprende los recursos de información capaz de satisfacer los requerimientos para ayudar al nivel táctico de la organización. En este nivel queda comprendido la adquisición y la organización de los recursos, la estructuración del trabajo, el reclutamiento y entrenamiento de personal, es decir, se ocupa de los medios cómo lograr los objetivos de la organización.

El nivel más alto comprende los recursos de información capaces de satisfacer requerimientos de encuesta al nivel estratégico, y más alto de la administración. En esta elevación se definen los objetivos estratégicos, se define el rumbo de la organización.

Cada nivel de proceso de información, cuando es necesario, utiliza los datos proporcionados por alguno de los otros niveles, también se incorporan nuevos datos sobre actividades o factores externos a la empresa y que la afecten o la puedan afectar.

Las disposiciones que tomen los administradores en la empresa, entendiendo como tales a aquellos que planifican, administran y controlan los procesos, necesariamente producirá acciones, sean correctivas, de asignación de recursos o de nuevos procesos.

Los sistemas Contables y su relación con la economía.

Componentes que influyen de forma directa o indirecta sobre los sistemas contables, La aparición y posterior predominio de empresas donde existe una separación entre la propiedad y la gestión, en sus diferentes figuras legales que conllevan la limitación de la responsabilidad de los accionistas a su inversión en la empresa, ha provocado

que los acreedores exijan una mayor cantidad y transparencia de la información contable.

La aparición de un importante colectivo de profesionales dedicados a la gestión y cuyos intereses no coinciden necesariamente con los de los accionistas. La expansión de los mercados de valores, provocada por el mayor número y tamaño de empresas que se financian mediante gestiones y que constituyen uno de los pilares de la economía de mercado, debido al deseo de los accionistas de distribuir sus acciones sin necesidad de liquidar la empresa como consecuencia de ello, aparecen nuevos usuarios de la información contable, como inversores potenciales y análisis de inversiones que buscan obtener la investigación que consideren necesaria para el cumplimiento de sus objetivos.

El decisor político, en el caso de algunos países, ha impulsado el desarrollo y utilización de los sistemas contables con el fin de obtener información para la planificación y control económicos. En algunos países como los de Francia y España, se ha ido desarrollando a través de los años un sistema de contabilidad nacional que constituye la base de la planificación macroeconómica y de la imposición tributaria sobre sociedades.

La contabilidad es la base sobre la cual se fundamenta las decisiones gerenciales y por lo financieras. No existe actividad económica de grandes corporaciones ajena al registro y afectación de las técnicas de la ciencia contable. Desde la actividad económica más pequeña hasta los servicios económicos de grandes corporaciones, la ciencia contable aporta a un gran cúmulo de conocimientos, los cuales requieren que sean aplicados por profesionales de la contaduría pública altamente capacitados.

La cuenta es un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio. De tal manera que, se convierte en el eje central para llevar a cabo diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada.

De modo que, el presente trabajo contiene una visión introductoria en torno a la reseña histórica de la contabilidad, su definición, objetivos, importancia, procedimientos contables, entre otros aspectos relacionados con el tópico tratado.

La Contabilidad.

La contabilidad, es una herramienta empresarial que permite el registro y control sistemático de todas las operaciones que se realizan en la empresa, por ende no existe, “La contabilidad tiene diversas funciones, pero su principal objetivo es suministrar, cuando sea requerida o en fechas determinadas, información razonada, en base a registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente público o privado”

La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados, para que los gerentes a través de ella puedan orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables; permitiendo así conocer la estabilidad, la solvencia de la compañía y la capacidad financiera de la empresa.

Evolución de la contabilidad y sus aportes a la economía.

La contabilidad se remota desde tiempos muy antiguos, cuando el hombre se ve obligado a llevar registros y controles de sus propiedades porque su memoria no bastaba para guardar la información requerida. Se ha demostrado a través de diversos historiadores que en épocas como la egipcia o romana, se empleaban técnicas contables que se derivan del intercambio comercial.

La comprobación de doble entrada se inició en las ciudades comerciales italianas; los libros de contabilidad más antiguos que se conservan provienen de la ciudad de Génova, datan del año 1340, y muestran que, para aquel entonces, las técnicas contables estaban ya muy avanzadas. El progreso en China de los primeros formularios de tesorería y de los ábacos, durante los primeros siglos de nuestra era, permitieron el progreso de las técnicas contables en oriente.

El empuje de la literatura contable queda circunscrito a la obra del monje veneciano Luca Pacioli titulada: “La Suma de Aritmética, Geometría Proporcional et

Proporcionalita” en donde se considera el conocimiento de la partida doble por primera vez.

A pesar de que la obra de Pacioli, más que crear, se limitaba a difundir el conocimiento de contabilidad, en sus libros se sintetizaban principios contables que

han perdurado hasta nuestro días. Fray Luca Pacioli, quien en el año 1494, estableció las bases de toda la teoría contable.

Entre uno de los varios méritos que tuvo este monje, estuvo el de haber explicado en forma detallada los procedimientos que se debían aplicar para el manejo de las cuentas lo cual se conoce hasta hoy como la teoría de la partida doble o teoría del cargo y del abono.

El valor de los principios establecidos por el monje Fray Luca Pacioli ha trascendido hasta nuestros días, en el sentido de que todos los negocios recurren de alguna manera al registro de sus operaciones a través de la teoría de la partida doble.

La revolución provocó la necesidad de adoptar las técnicas contables para poder reflejar la creciente mecanización de los procesos, las operaciones típicas de la fábrica y la producción masiva de bienes y servicios. Con la aparición, a mediados del siglo XIX, de corporaciones industriales, propiedades de accionistas anónimos, el papel de la contabilidad adquirió aun mayor importancia.

La contaduría de libros, parte esencial de cualquier sistema, ha sido informatizándose a partir de la segunda mitad del siglo XX, por lo que, cada vez más, corresponde a los ordenadores o computadoras la realización de estas tareas.

El uso generalizado de los equipos informáticos permitió sacar mayor provecho de la contabilidad utilizándose a menudo el termino procesamiento de datos, actualmente el concepto de teneduría ha decaído en desuso.

La contabilidad como conoce actualmente, es el producto de toda una gran cantidad de prácticas mercantiles disímiles que han exigido a través de los años, el mejorar la calidad de la información financiera en las empresas.

La contabilidad hacia el siglo XXI se ve influenciada por tres variables:

- Tecnología.
- Complejidad y globalización de los negocios
- Formación y educación.

La tecnología a través que genera el aumento en la velocidad con la cual se generan las transacciones financieras, a través del fenómeno internet. La segunda variable de complejidad y globalización de los negocios, requiere que la contabilidad establezca nuevos métodos para el tratamiento y presentación de la información financiera. La ultima variable relacionada con la formación y educación requiere que los futuros gerentes dominen el lenguaje de los negocios.

Los sistemas de Información Contable.

Un sistema de información contable comprende los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones.

La información contable se puede clasificar en dos grandes categorías: la contabilidad financiera o la contabilidad externa y la contabilidad de costos o contabilidad interna. La contabilidad financiera muestra la información que se facilita al público en general, y que no participa en la administración de la empresa, como son los accionistas, los acreedores, los clientes, los proveedores, los analistas financieros, entre otros, aunque esta información también es de mucho interés para los administradores y directivos de la empresa.

Esta cuenta permite obtener información sobre la posición financiera de la empresa, su grado de liquidez y sobre la rentabilidad de la empresa. La contabilidad de costos estudia las relaciones costos – beneficios – volumen de producción, el grado de eficiencia y productividad, y permite la planificación y el control de la producción, la toma de decisiones sobre precios, los presupuestos y la política del capital.

Esta encuesta no suele difundirse al público. Mientras que la contabilidad financiera tiene como objetivo genérico facilitar al público información sobre la situación económica financiera de la empresa; y la contabilidad de costos tiene como objetivo esencial facilitar información a los distintos departamentos, a los directivos y a los planificadores para que puedan desempeñar sus funciones.

Propósito y naturaleza de la información contable.

El propósito de la contabilidad es proporcionar información financiera sobre una entidad económica. Quienes toman decisiones administrativas necesitan de esa información financiera de la empresa para realizar una buena planeación y control de las actividades de la organización.

El papel del sistema contable de la organización es desarrollar y comunicar esta información. Para lograr los objetivos se puede hacer uso de computadores.

Utilización de la Información contable.

La contabilidad va más allá del proceso de creación de registros e informes. El objetivo final del cálculo es la utilización de esta información, su análisis e interpretación los contadores se preocupan de comprender el significado de las cantidades que obtienen.

Buscan la relación que existe entre los eventos comerciales y los resultados financieros, estudian el efecto de diferentes alternativas, por ejemplo la compra o el arriendo de un nuevo edificio; y buscan las tendencias significativas que sugieren lo que puede ocurrir en el futuro.

Si los gerentes, inversionistas, acreedores o empleados gubernamentales van a darle un uso eficaz a la información contable, también deben tener un conocimiento acerca de cómo obtuvieron esas cifras y lo que ellas significan.

Una parte de esta comprensión es el reconocimiento claro de las limitaciones de los informes contables. Un gerente comercial u otra persona que esté en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta qué punto la información contable se basa en estimativos más que en mediciones precisas y exactas.

Características de un sistema de información contable efectivo.

Un sistema de información bien diseñado ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio.

Control: Un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos

que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.

Compatibilidad: Un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Objetivos de la Información Contable.

La información contable debe servir fundamentalmente para:

Conocer y demostrar los recursos controlados por un ente económico, las obligaciones que tenga de transferir recursos a otros entes, los cambios que hubieren experimentado tales recursos y el resultado obtenido en el periodo.

- Prever flujos de efectivo.
- Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.
- Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
- Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
- Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
- Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
- Ayudar a la conformación de la información estadística nacional.
- Contribuir a la evolución del beneficio o impacto social que la actividad económica representa para la comunidad.

Cualidades de la Información Contable

Para poder satisfacer adecuadamente sus objetivos, la información contable debe ser comprensible, útil y en ciertos casos se requiere que además la información sea comparable.

- La información es comprensible cuando es clara y fácil de comprender.
- La información es útil cuando es oportuno y confiable.
- La información es pertinente cuando posee el valor de realimentación, valor de predicción y es oportuna.

- La información es confiable cuando es neutral, verificable y en la medida en la cual represente fielmente los hechos económicos.

Importancia de la Contabilidad en función de los usuarios de la información La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son indispensables para obtener información de carácter legal.

La gente que participa en el mundo de los negocios: propietarios, gerentes, banqueros, corredores de bolsa, inversionistas utilizan los términos y los conceptos contables para describir los recursos y las actividades de todo negocio, sea grande o pequeño.

Aunque la contabilidad ha logrado su progreso más notable en el campo de los negocios, la función contable es vital en todas las unidades de nuestra sociedad.

Una persona debe explicar sus ingresos y presentar una declaración de renta. A menudo, una persona debe proporcionar información contable personal para poder comprar un automóvil o una casa, recibir una beca, obtener una tarjeta de crédito o conseguir un préstamo bancario. Las grandes compañías por acciones son responsables ante sus accionistas, ante las agencias gubernamentales y ante el público.

El gobierno, los estados, las ciudades y los centros educativos, deben utilizar la contabilidad como base para controlar sus recursos y medir sus logros. La contabilidad es igualmente esencial para la operación exitosa de un negocio, una universidad, una comunidad, un programa social o una ciudad. Todos los ciudadanos necesitan cierto conocimiento de contabilidad si desean actuar en forma inteligente y aceptar retos que les impone la sociedad.

Las personas que reciben los informes contables se denominan usuarios de la información contable.

Un gerente comercial u otra persona que esté en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciará hasta qué punto la información contable se basa en estimativos más que en mediciones precisas y exactas.

Características de un sistema de información contable efectivo

Un sistema de información bien diseñado ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio.

Control: Un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.

Compatibilidad: Un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Mapas de procesos

Es importante saber y realizar los mapas de procesos, ya que, gracias a ellos es más fácil determinar las posibles falencias dentro de una organización, analizarlas y proponer soluciones para remediar o mejorar el mismo, lo que se traduce en brindar un servicio de calidad a los clientes y buen ambiente de trabajo a los colaboradores.

Identificación de los actores principales del proceso

Las empresas deben ser conscientes de la presencia de los clientes o consumidores, también está la presencia de los proveedores y múltiples ordenaciones en el medio.

Lo primero es identificar los agentes que se relacionan con el sistema de gestión, sean estos clientes, proveedores y otras organizaciones que intervienen en el sistema de gestión.

Los clientes.- son los consumidores de los servicios ofertados por las empresas, de ellos depende la existencia de la institución, ya que su aporte económico permite cubrir los costos y gastos a más de permitir una utilidad del ejercicio fiscal, en otras palabras la rentabilidad del negocio. Por lo tanto deben un trato cordial (atención al cliente), la mejor asesoría y oferta de los productos que satisfagan sus necesidades o cubran sus deseos.

Los asesores y colaboradores.- Conforman también el universo de los clientes que reciben los beneficios de la buena estructura empresarial, al decir que son nuestros cliente nos referimos a que ellos también en su momento deben estar convencidos que los productos que ellos ofertan y manejan son ideales y de calidad. No es posible que ellos consuman bienes producidos por los competidores. Entonces para hacer una buena asesoría deben estar capacitados, convencidos y comprometidos con la misión y visión de la empresa. Ejecutar los múltiples valores institucionales. Seguir los objetivos con el sólo propósito de alcanzar el éxito.

La dirección administrativa.- Es la responsable de brindar la posibilidad de obtener y mantener y estrecho vínculo entre los consumidores y los colaboradores de la empresa. Las estrategias y directrices que se deben tomar para conformar un lazo duradero son los objetivos principales de esta dependencia. Es por tal motivo que las personas responsables de éste departamento deben contar con la debida capacidad, experiencia y madurez para consolidar el buen manejo de las relaciones interpersonales.

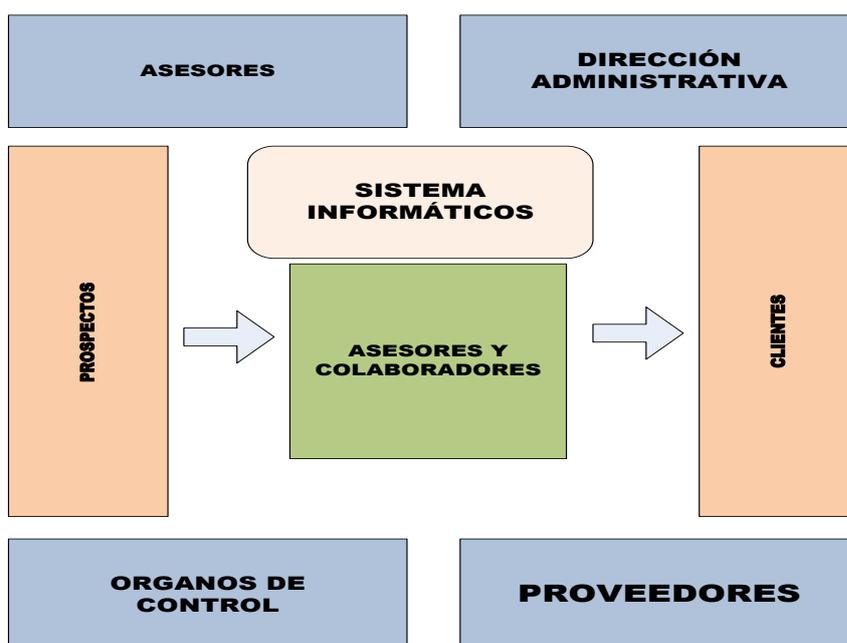
Otros servicios y departamentos.- En muchos casos existen empresas que en sus otros departamentos, por ejemplo, contables, financieros, logísticos, de producción, técnico, etc. Se convierten en parte de nuestros clientes, pues ellos también son consumidores de nuestros productos y los aplican en el desarrollo de sus actividades cotidianas. Un ejemplo sencillo es el caso de una ferretería que dentro de su gama de productos maneja la línea eléctrica, entonces a quienes creen que esta empresa les compraran las lámparas que requieren para alumbran los distintos departamentos Es lógico suponer que ellos mismos serán sus proveedores. Sin embargo parte del proceso contable y comercial es no mezclar los ingresos con los gasto.

El sistema informático: La importancia de contar con un centro informático hoy en día es necesaria, es parte del mapa de procesos, ya que toda la información que se genere desde los distintos departamentos, sean estos de producción, comercialización, administración y otros deben estar interrelacionados entre sí y con el mundo entero, con la tecnología como poderosa herramienta de comunicación es posible dar a conocer la existencia de las empresas, a que se dedican y como contactarse con ellos.

Órganos de control.- Las empresas legalmente constituidas siempre están reguladas bajo un organismo generalmente estatal, también por agremiaciones interinstitucionales que garantizan que los procesos son debidamente cumplidos y respetados a cabalidad. Órganos que son sancionadores o de ayuda para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Los proveedores: Son quienes proveen del material necesario para que nosotros como empresa podamos convertir los bienes que ellos nos facilitan en renta o utilidades. Depende de la naturaleza de la empresa, estas pueden ser empresas de producción, las cuales transforman la materia prima en uno o varios tipos de productos tangibles, o bien proveedora de servicios tales como software o programas para los departamentos financieros, contables e incluso de sistemas.

Gráfico 1.- Mapa de procesos

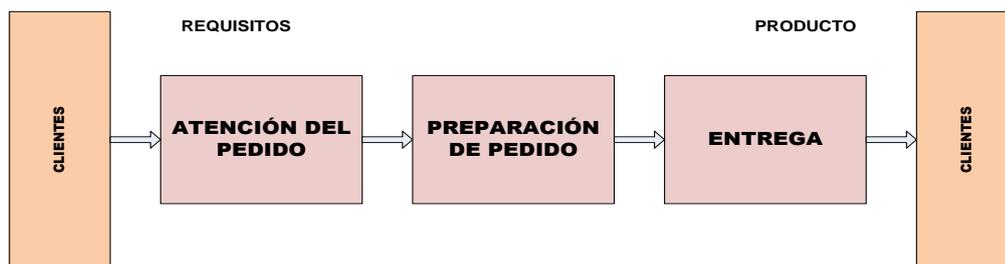


Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Identificar la línea operativa

Nos referimos a la línea operativa de nuestra organización, a la serie de secuencia entrelazada de procesos que realizamos para obtener nuestro producto. Como mencionamos anteriormente, ésta línea va a depender de la naturaleza de nuestra actividad como empresa y por la innovación implementada en los procesos

Gráfico 2.- Procesos de una empresa mayorista



Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Para estas empresas existe el proceso previo y continuo con relación a los clientes, es decir, la negociación y las condiciones previas a la obtención del producto. Estos procesos son importante ya que tienen que ver con la estrategia comercial como: La gestión de precios y descuentos, presentación de ofertas, negociación de precio, etc., sin embargo no forma parte de la línea operativa. Es decir, acuerdan las condiciones del servicio, pero no son los encargados de ejecutarlos.

El Posicionamiento de las empresas en el mercado de bienes

El posicionamiento de mercado es la realización de una meta, sitio donde se quiere colocar una marca para que permanezca indeleble en los consumidores y siempre esté aprovechable para la investigación de soluciones a las necesidades insatisfechas o deseos del demandante.

Los clientes y prospectos deben identificar la empresa como la solución a la demanda de determinadas necesidades, por ejemplo si se requiere un detergente inmediatamente se piensa en “deja”, si es una bebida gaseosa se piensa en “coca cola”, si se desea adquirir una hoja de afeitar se pide “Gillette”.

Varios tipos de posicionamiento en el mercado de bienes

Según Hernández Cesar (2000) “Es posible destacar las diferencias que tenga el producto para alcanzar una posición distinta a la de la competencia”.¹

Métodos de posicionamiento

Posicionamiento mediante adaptación.- Este tipo de posicionamiento se basa en los deseos y las necesidades del mercado.

Posicionamiento mediante el uso de la planificación.-en esta tipificación se requieren realizar las siguientes acciones: listar, cuantificar y determinar la posición que posee u producto respecto a la competencia.

Dice Morris Daniel (1994) “Las metas del posicionamiento incluyen el establecimiento de estrategias de mercado, el ambiente para el cambio y la definición de los detalles de la operación actual de la empresa”.²

Muchas son las actividades que se pueden planificar y realizar para lograr el posicionamiento, pero lo que siempre se debe tener en cuenta es que las actividades deben proporcionar resultados en el corto y mediano plazo.

El marketing estratégico y el marketing operativo

El marketing estratégico.- Se puede definir como la metodología de análisis, o sea, que busca conocer las necesidades reales de los consumidores, también estimara la capacidad y potencial de las empresas productoras o comercializadoras y de las acciones y estrategias de competencia para obtener ventaja competitiva sostenible a lo largo del tiempo.

En sí, el Marketing Estratégico centra en el estudio, en la metodología analítica, en los antecedentes históricos, en la ciencia, en la psicología comercial y del pensamiento racional de las personas capaces de demandar y ofertar bienes y servicios en aras de satisfacer deseos y necesidades en un contexto individual o

¹ HERNÁNDEZ , Cesar: *Plan estratégico de marketing*, gestión 2000

² MOROS, Daniela: “*Reingeniería. Cómo aplicarla con éxito en los negocios*”, Colombia , Editorial

² MOROS, Daniela: “*Reingeniería. Cómo aplicarla con éxito en los negocios*”, Colombia , Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A

global. Estudia los casos apartados y relacionados con los hechos acontecidos en períodos determinados, estimando los cambios de época y el cambio de las tendencias (moda) a períodos determinados.

El Marketing operativo.- Se refiere a la aplicación de los métodos y las técnicas, en la ejecución de planes y estrategias, en la puesta en acción de los procesos planificados técnicamente, con el sólo objetivo de satisfacer los clientes mediante la comercialización de bienes que resulta en la obtención de renta para los productores o comercializadores.

2.2 MARCO LEGAL

LEY DE COMPAÑÍAS

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República,

Resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la LEY DE COMPAÑÍAS

Sección II

DE LA COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO

1. CONSTITUCIÓN Y RAZÓN SOCIAL

Art. 36.- La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía".

Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

Art. 37.- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebrará por escritura pública.

Entre los socios no se puede admitir declaraciones de testigos para probar contra lo convenido, o más de lo convenido en la escritura de constitución de la compañía, ni para justificar lo que se hubiere dicho antes, al tiempo o después de su otorgamiento.

Art. 38.- La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil.

El extracto de la escritura de constitución de la compañía contendrá:

- 1.- El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman;
- 2.- La razón social, objeto y domicilio de la compañía;
- 3.- El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella;
- 4.- La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y,
- 5.- El tiempo de duración de ésta.

Art. 39.- La publicación de que trata el artículo anterior será solicitada al juez de lo civil dentro del término de quince días, contados a partir de la fecha de celebración de la escritura pública, por los socios que tengan la administración o por el notario, si fuere autorizado para ello. De no hacerlo el administrador o el notario, podrá pedirla cualquiera de los socios, en cuyo caso las expensas de la publicación, así como todos los gastos y costas, serán de cuenta de los administradores.

Art. 40.- Cuando se constituyere una compañía en nombre colectivo que tome a su cargo el activo y el pasivo de otra compañía en nombre colectivo que termine o deba terminar por cualquier causa, la nueva compañía podrá conservar la razón social anterior, siempre que en la escritura de la nueva así como en su registro y en el extracto que se publique, se haga constar:

- a) La razón social que se conserve, seguida de la palabra "sucesores";
- b) El negocio para el que se forma la nueva compañía;

c) Su domicilio;

d) El nombre, nacionalidad y domicilio de cada uno de los socios colectivos de la nueva compañía; y,

e) La declaración de que dichos socios son los únicos responsables de los negocios de la compañía.

Podrá también continuar con la misma razón social, la compañía que deba terminar por muerte de uno de los socios, siempre que los herederos de aquél consientan en ello y se haga constar el particular en escritura pública cuyo extracto se publicará. La escritura se registrará conforme a lo dispuesto en este artículo.

Art. 41.- Si se prorroga el plazo para el cual la compañía fue constituida, o si se cambia o transforma la razón social, se procederá a la celebración de una nueva escritura pública, en la que constarán las reformas que se hubieren hecho a la original, debiendo también publicarse el extracto e inscribirse la nueva escritura.

2. CAPACIDAD

Art. 42.- Las personas que según lo dispuesto en el Código de Comercio tienen capacidad para comerciar, la tienen también para formar parte de una compañía en nombre colectivo.

El menor de edad, aunque tenga autorización general para comerciar, necesita de autorización especial para asociarse en una compañía en nombre colectivo, autorización que se le concederá en los términos previstos en el mismo Código.

3. CAPITAL

Art. 43.- El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar.

Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

4. ADMINISTRACIÓN

Art. 44.- A falta de disposición especial en el contrato se entiende que todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía y firmar por ella. Si en el acto constitutivo de la compañía sólo alguno o algunos de los socios hubieren sido autorizados para obrar, administrar y firmar por ella, sólo la firma y los actos de éstos, bajo la razón social, obligarán a la compañía.

Art. 45.- El administrador o administradores se entenderán autorizados para realizar todos los actos y contratos que fueren necesarios para el cumplimiento de los fines sociales.

Con todo, en el contrato social se podrá establecer limitación a estas facultades.

Los administradores llevarán la contabilidad y las actas de la compañía en la forma establecida por la Ley y tendrán su representación judicial y extrajudicial.

Art. 46.- Salvo estipulación en contrario, los administradores podrán gravar o enajenar los bienes inmuebles de la compañía sólo con el consentimiento de la mayoría de los socios.

Art. 47.- El administrador que diere poderes para determinados negocios sociales será personalmente responsable de la gestión que se hiciere. Pero para delegar su cargo necesitará, en todo caso, la autorización de la mayoría de socios. La delegación deberá recaer en uno de ellos.

Art. 48.- El nombramiento del o de los administradores se hará ya sea en la escritura de constitución o posteriormente, por acuerdo entre los socios y, salvo pacto en contrario, por mayoría de votos.

Art. 49.- El los administradores no podrán ser removidos de su cargo sino por dolo, culpa grave o inhabilidad en el manejo de los negocios. La remoción podrá ser pedida por cualquiera de los socios y, en caso de ser judicial, declarada por sentencia

Art. 50.- En las compañías en nombre colectivo las resoluciones se tomarán por mayoría de votos, a menos que en el contrato social se hubiere adoptado el sistema

de unanimidad. Mas si un solo socio representare el mayor aporte, se requerirá el voto adicional de otro.

El socio o socios que estuvieren en minoría tendrán derecho a recurrir a la Corte Superior del distrito apelando de la resolución. La Corte resolverá la controversia de conformidad con los dictados de la justicia y con criterio judicial, tramitándola verbal y sumariamente, con citación del administrador o gerente.

Art. 51.- El acuerdo de la mayoría obliga a la minoría sólo cuando recae sobre actos de simple administración o sobre disposiciones comprendidas dentro del giro del negocio social.

Si en las deliberaciones se enunciaren pareceres que no tuvieren mayoría absoluta, los administradores se abstendrán de llevar a efecto el acto o contrato proyectado.

Art. 52.- Si a pesar de la oposición se verificare el acto o contrato con terceros de buena fe, los socios quedarán obligados solidariamente a cumplirlo, sin perjuicio de su derecho a ser indemnizados por el socio o administrador que lo hubiere ejecutado.

Art. 53.- Los administradores están obligados a rendir cuenta de la administración por períodos semestrales, si no hubiere pacto en contrario, y además en cualquier tiempo, por resolución de los socios.

5. DE LOS SOCIOS

Art. 54.- El socio de la compañía en nombre colectivo tendrá las siguientes obligaciones principales:

- a) Pagar el aporte que hubiere suscrito, en el tiempo y en la forma convenida;
- b) No tomar interés en otra compañía que tenga el mismo fin ni hacer operaciones por su propia cuenta, ni por la de terceros, en la misma especie de comercio que hace la compañía, sin previo consentimiento de los demás socios; de hacerlo sin dicho consentimiento, el beneficio será para la compañía y el perjuicio para el socio. Se presume el consentimiento si, preexistiendo ese interés al celebrarse el contrato, era conocido de los otros socios y no se convino expresamente en que cesara;
- c) Participar en las pérdidas; y,

d) Resarcir los daños y perjuicios que hubiere ocasionado a la compañía, en caso de ser excluido.

Art. 55.- El socio de la compañía en nombre colectivo tiene los siguientes derechos:

a) Percibir utilidades;

b) Participar en las deliberaciones y resoluciones de la compañía;

c) Controlar la administración;

d) Votar en la designación de los administradores; y,

e) Recurrir a los jueces solicitando la revocación del nombramiento de administrador, en los casos determinados en el Art. 49. El juez tramitará la petición verbal y sumariamente.

Art. 56.- En el caso de contravención a lo dispuesto en el Art. 54, letra b) de esta Ley, la compañía tiene derecho a tomar las operaciones como hechas por su propia cuenta, o a reclamar el resarcimiento de los perjuicios sufridos. Este derecho se extingue por el transcurso de tres meses contados desde el día en que la compañía tuvo noticia de la operación.

Art. 57.- No se reputan socios, para los efectos de la empresa social, los dependientes de comercio a quienes se haya señalado una porción de las utilidades en retribución de su trabajo.

Art. 58.- El daño que sobreviniere a los intereses de la compañía por malicia, abuso de facultades o negligencia de uno de los socios, constituirá a su causante en la obligación de indemnizarlo, si los demás socios lo exigieren, siempre que no pueda deducirse de acto alguno la aprobación o la ratificación expresa o tácita del hecho en que se funde la reclamación.

Permisos para que una compañía funcione en Milagro

“Pasos para constituir la empresa:

1. Debe decidir cómo qué tipo de compañía se va a constituir.
2. Escoger el nombre de su empresa.

3. Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
4. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es \$400 y para S.A es \$800)
5. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (Esto puede ser realizado en cualquier notaría)
6. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
7. Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
8. Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
9. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
10. Inscribir en el Municipio de Milagro las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
11. Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
12. Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.
13. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
14. Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

15. Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.

16. Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en ministerio de trabajo y copia de último pago de agua, luz o teléfono.”(WEB MASTER, 2011)

Permisos Municipales

Permiso y Patente Municipal

La solicitud de la presente es un trámite que debe realizarse en el departamento de las patentes municipales antes de instalar un local, previa revisión del plano regulador de la municipalidad respectiva, y cuya obtención permite llevar a cabo la actividad comercial dentro de los límites de una comunidad.

Requisitos:

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

El valor por doce meses de la presente será de un monto equivalente entre el dos y medio por mil y el cinco por mil del capital propio de cada contribuyente dependiendo de la municipalidad y el rubro, la que no podrá ser inferior a una ni superior a cuatro mil unidades tributarias mensuales.

Permiso de Dirección de Higiene Municipal

Este permiso será otorgado luego de que todos los empleados sin excepción alguna se sometan a exámenes médicos para comprobar su estado de salud.

Requisitos:

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).

- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

Su valor es de \$5,00 y tiene validez de un año el documento deber ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

Afiliación a la Cámara de Comercio

Emitido por la Cámara de Comercio donde se va a realizar las actividades comerciales es decir en la ciudad de Milagro.

Requisitos:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula y certificado de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Pago de suscripción en relación al Capital social.
- Pago trimestral de las cuotas de aportación o contribución.

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud previamente cumplido los incisos anteriores.

Requisitos:

- Permiso de dirección de higiene municipal.
- Registro único de contribuyentes.
- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es emitido por el cuerpo de bomberos de la localidad, previa inspección de los encargados del respectivo establecimiento.

Requisitos:

1. Solicite inspecciones de establecimiento comercial(valor especie valorada \$ 1.50) sea por:

- Primera vez
- Renovación
- Cambio de propietario
- Cambio razón social
- Traslado de establecimiento
- Copia certificado de funcionamiento año anterior
- Original/ copia cedula de propietario o Rep. Legal
- Copia de RUC

2. Original y copia de Carnet de Junta Nacional de Defensa de Artesanos. (si es afiliado).

3. Realizada la inspección, cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos:

- Presentar informe de la inspección.
- Original y copia de factura de compra o recarga de extintor(es) y otros.

El permiso debe ser exhibido en un lugar visible al igual que los extintores de incendio u presentado cuando fuere requerido por las respectivas autoridades.

ACTUACIÓN DE LOS CUERPOS DE BOMBEROS Y BOMBERAS Y ADMINISTRACIÓN DE EMERGENCIAS DE CARÁCTER CIVIL

Competencia

Artículo 19. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, son los órganos competentes para la prevención, preparación y atención de incendios y otras emergencias; así como para la realización de inspecciones técnicas y emisión de informes sobre las condiciones de seguridad en espacios públicos, comerciales o privados de uso público.

Inspecciones

Artículo 20. Ninguna persona podrá oponerse a las inspecciones que el Cuerpo de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil competente practique con el fin de evitar cualquier emergencia.

Cumplimiento de normas

Artículo 21. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, verificarán la aplicación de las disposiciones sobre prevención y protección contra incendios y otros siniestros, con el propósito de constatar el cumplimiento de las normas de seguridad en sus respectivas jurisdicciones.

Incumplimiento de normas de seguridad

Artículo 22. Si de las inspecciones realizadas se evidencia la falta o deficiente cumplimiento de dichas normas, el Cuerpo de Bomberas y Bomberos y Administración de Emergencias de carácter civil respectivo notificará a los propietarios, administradores y usuarios de los inmuebles para que procedan a adoptar las medidas respectivas. De no realizarse los correctivos procedentes en los plazos previstos, el Primer Comandante del Cuerpo de Bomberos en coordinación con el Ministerio de Interior y Justicia clausurará temporalmente el inmueble o establecimiento de que se trate, hasta tanto se subsanen las causas que originaron la medida. Las decisiones que se tomen de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo se impondrán mediante acto motivado.

Procesamiento de denuncias

Artículo 23. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y de Administración de Emergencias de carácter civil, de oficio o por denuncia investigarán las presuntas infracciones a las normas técnicas de prevención y protección contra incendios y otras emergencias, que pongan en peligro el ambiente, la vida de las personas, la integridad de sus bienes o el ejercicio de sus derechos, y están facultados para adoptar en el ámbito de su competencia, las medidas pertinentes para solventar la irregularidad detectada.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Análisis.- Es un proceso investigativo que permite entender un todo desde sus conceptos básicos.

Bienes.- Son aquellos productos que pueden comercializarse en el mercado, existen algunas clasificaciones pero la más usada es la que menciona que constan bienes muebles (aquellos que se pueden movilizar) y los bienes inmuebles) aquellos adheridos a la superficie del suelo (casas, terreros, edificios).

Capital.- Es el principal elemento de la producción y los constituyen todas las aportaciones en inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, y que, en asistencia con otros factores, como el trabajo y los bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo.

Demanda.- Es la necesidad de los consumidores por adquirir bienes y servicios que ofertan las empresas, dichos bienes en gran disponibilidad o escases influyen generalmente en el precio.

Empresa.- persona natural o jurídica que mediante acciones legales da constitución a una organización cuyos fines y alcances están definidos en su carta de constitución, generalmente se conforma la empresa para dar origen a la comercialización formal de bienes y servicios.

Estrategias.- Una estrategia es el conjunto de acciones bien planificadas y la realización sistemáticamente se dará en el corto, mediano o largo plazo, todo para llegar a conseguir un objetivo fijado.

Franquicias.- Se refiere a la negociación de una marca posicionada con las intenciones de expandir sus horizontes en los distintos mercados comerciales. Es esta acción intervienen los franquiciadores, los franquiciados y el producto.

Inflación.- La inflación se refiere al incremento generalizado de los precios de la mayoría de bienes y servicios generalmente de necesidad básica con relación al valor monetario durante un lapso de tiempo dado.

Mercados financieros: Es un mecanismo que permite a los agentes económicos el intercambio de activos financieros. En general, cualquier mercado de materias primas podría ser considerado como un mercado financiero si el propósito del comprador no es el consumo inmediato del producto, sino el retraso del consumo en el tiempo. Los mercados financieros están afectados por las fuerzas de oferta y demanda.

Negocio.- Es la actividad sistemática y metodológica o la forma de conseguir renta por medio de la oferta de un bien a otra persona.

Oferta.- Es la producción de bienes que las empresas elaboran para comercializarlos y de esta manera cubrir los costos y obtener una rentabilidad.

Oficina matriz.- Se refiere al recinto o sitio donde basa sus operaciones comerciales o de servicios las personas que producen o comercializan bienes y servicios para cubrir las demandas de los demandantes.

Planificación.- Es un proceso sistemático diseñado con el objetivo de obtener un fin determinado, es necesario tener uno o varios objetivos que realizar junto con las acciones necesarias para conseguir el éxito deseado.

Posicionamiento.- En la mercadotecnia, el posicionamiento se refiere al grado de conocimiento que poseen los consumidores sobre una empresa o sobre un producto existente, el cual (los cuales) han pasado por un proceso para llegar a cumplir el fin deseado o el posicionamiento de mercado.

Presupuesto financiero.- Es un plan o proyección que ayuda significativamente a determinar el monto de inversión que se debe realizar en la creación de un proyecto independientemente de su naturaleza. Contempla costos y gastos, flujo de caja, pérdidas y ganancias, índices de liquidez entre otros.

Producto.- Referente a los bienes o servicios que las empresas elaboran y ofertan en el mercado, con el propósito fundamental de cubrir necesidades de los clientes y obtener ganancias o rentas.

Rentabilidad: En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

Salario.- El salario es el pago que recibe de forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio de que éste trabaje durante un tiempo determinado para el que fue contratado produzca una determinada cantidad de mercancías equivalentes a ese tiempo de trabajo.

Sucursal.- También conocida como agencia, es la expansión de una empresa que se ha posicionado en el mercado, o piensa que abriendo sucursales como estrategia de mercadeo dará a conocer de manera masiva sus productos cubriendo varias plazas.

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La ineficiencia en la administración incide en la pérdida de competitividad de las operaciones de la empresa.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- La escasa administración organizacional influye en el desempeño de las labores cotidianas de la empresa CAVNET.
- Las inadecuadas planificaciones de los procesos administrativos disminuyen las funciones que debe cumplir el talento humano en sus labores diarias.
- El incumplimiento del reglamento interno de la empresa incide en el control de las labores de los funcionarios de la organización objeto de estudio.
- La inexistencia del organigrama de la entidad incurre en el desconocimiento del orden jerárquico de la misma.
- Los profesionales con conocimiento en administración de recursos humanos incide en el proceso de captación, selección del personal.

2.4.3 Declaración de las variables

HIPOTESIS GENERAL

Variable Independiente

Administración

Variable dependiente

Competitividad

HIPOTESIS PARTICULARES

1.- Variable Independiente

Escasa administración

Variable dependiente

Desempeño de las labores

2.-Variable Independiente

Procesos administrativos

Variable dependiente

Funciones

3.- Variable Independiente

Reglamento interno

Variable dependiente

Control de las labores

4.- Variable Independiente

Organigrama

Variable dependiente

Orden jerárquico

5.- Variable Independiente

Administración de recursos humanos

Variable dependiente

Proceso de captación, selección y capacitación del personal

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 2.

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Administración	Es el proceso mediante el cual una empresa desarrolla y ejecuta organizadamente sus actividades y operaciones, aplicando los principios que le permitan en conjunto tomar las mejores decisiones para ejercer el control de sus bienes, compromisos y obligaciones que lo llevarán a un posicionamiento en los mercados tanto nacionales como internacionales.	. Control de procesos administrativos, contables y tributarios
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Competitividad	La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.	. Estrategias competitivas como promociones, descuentos etc. . Estrategias de atención al cliente.

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta.

Cuadro 3.

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS PARTICULAR # 1		
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Escasa administración	La falta de procesos administrativos disminuye la productividad de la empresa, poniendo en riesgo su permanencia en el mercado.	. Control de procesos administrativos. . Plan estratégico
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Desempeño de las labores	Son las acciones actitudes que el talento humano pone en práctica en la labor que realiza, sea esta de forma positiva o negativa.	. Evaluaciones de desempeño. .Control de personal

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta.

Cuadro 4.

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS PARTICULAR # 2		
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Procesos administrativos	Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad. La administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente	. Planificaciones internas.
VARIABLE INDEPENDIENTE	La administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable	INDICADOR
Funciones	Es la disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través de esfuerzo humano coordinado.	. Aplicación de una Manuales de funciones

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta.

Cuadro 5.

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS PARTICULAR # 3		
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Reglamento interno	El Reglamento Interno es el instrumento por medio del cual el empleador regula las obligaciones y prohibiciones a que deben sujetarse los trabajadores, en relación con sus labores, permanencia y vida en la empresa.	. Cumplimiento de las labores del talento humano.
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Control de las labores	Es la supervisión constante de las acciones emprendidas por el talento humano, con el fin de alcanzar los objetivos trazados.	. Procedimientos

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta.

Cuadro 6.

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS PARTICULAR # 4		
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Organigrama	Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.	. Plan institucional, permite la elaboración de un organigrama
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Orden jerárquico	Implica dar una estructuración de acuerdo a la importancia de cada elemento. Es decir, siempre en primer lugar de ese orden Jerárquico va a estar aquel elemento que es de total relevancia para la continuación del mismo.	. Organigrama.

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta.

Cuadro 7.

VARIABLES DE LA HIPÓTESIS PARTICULAR # 5		
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Administración de recursos humanos	La administración de Recursos Humanos es una especialidad que surgió debido al crecimiento y a la complejidad de las tareas organizacionales.	. Control de proceso administrativos
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	INDICADOR
Proceso de captación, selección y capacitación del personal	El proceso de captación y selección de personal proporciona las capacidades humanas requeridas por una organización y desarrollar habilidades y aptitudes del individuo para ser lo más satisfactorio así mismo y a la colectividad en que se desenvuelve.	. Aplicación de procesos de selección y reclutamiento de personal

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El trabajo investigativo tiene como modalidad el diseño de investigación no experimental, porque emplearemos el diseño longitudinal, el mismo que se lo aplicará una sola vez en del tiempo, y la herramienta que utilizaremos es la encuesta la cual nos proporcionará información veraz sobre la problemática planteada en la empresa CAVNET S.A. del cantón Milagro, con el objetivo de optimizar las actividades internas y externas de esta entidad.

La Investigación aplicada

Buscar el material teórico y práctico basado en el conocimiento de expertos en la materia de procesos administrativo y material bibliográfico de temas relacionado.

La Investigación explicativa

Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqués del objeto que se investiga.

Buscar la mayoría de los problemas que aquejan a la empresa CAVNETS.A. y sugerir las posibles soluciones para superar estos inconvenientes.

La Investigación exploratoria

Mediante la cual se ejecuta con el propósito de acentuar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica el abrir líneas de investigación y proceder a su comprobación.

Esta investigación determina los problemas internos relacionados con los procesos administrativos y operativos de la empresa.

La investigación correlacional

Tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones únicamente se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables.

Determinar la relación existente entre el grado de ineficiencia de objetivos y la planificación de los procesos.

La investigación bibliográfica

Buscar información en libros, revistas, catálogos, google académico y demás medios que posean datos sobre Implementación de procesos administrativos y procesos operativos, constitución de compañías, Marketing estratégicos y operativos, etc.

La investigación de campo.

Este tipo de investigación nos sirve de apoyo en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador.

Visitar las instalaciones de la empresa CAVNET y apreciar el desarrollo cotidiano de los procesos de la misma, dialogar con los principales representantes de la organización con el fin de obtener información relevante al tema.

Investigación teórica

A través de este tipo de investigación podemos apoyarnos en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes.

La investigación cuantitativa

La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o de manera más específica en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en cuál dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

A través de esta investigación se evaluará el tiempo empleado en la realización de los procesos de la empresa.

La investigación cualitativa

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

Sera aplicada porque requiere de una investigación de carácter interna para detectar los problemas enunciados.

La aplicación de esta investigación permitirá evaluar la eficiencia y el desempeño de los colaboradores.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

San Francisco de milagro se encuentra ubicada al sur oeste de la República del Ecuador a 35 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, su extensión es de 330 kilómetros cuadrados, el clima es húmedo ardiente y su temperatura oscila entre los 25 y 32 grados centígrados, pertenece a la cuenca hidrográfica del guayas, se encuentra en la sub-región cálida, ardiente y húmeda del litoral o costa; en el Cantón Milagro se observa el fenómeno de las estaciones seca y lluviosa, como característica climática de la zona cálida-húmeda en que se sub-subdivide el litoral ecuatoriano.

El medio geográfico del Cantón Milagro consiste en la micro-región territorial a la que pertenece, pero lo convierte en el núcleo de la misma dado el fuerte potencial socioeconómico que posee, esa microrregión o zona de influencia la conforman, además de sus parroquias rurales, los cantones Simón Bolívar, Naranjito, General Elizalde, El Triunfo, Marcelino Maridueña y Yaguachi, con cuyas cabeceras mantienen una intensa relación comercial mediante una red de carreteras que los conectan.

Un alto porcentaje de la población Milagreña es mestiza, y muy pocas personas de raza blanca e indígena. Según el Censo de Población y vivienda del año 2010 en la Ciudad de Milagro existen 83.393 mujeres y 83.241 hombres en total la ciudad se compone de 166.634 ciudadanos.

Milagro cuenta con un mercado ampliamente comercial en el cual se encuentran situadas empresas sean estas grandes, medianas pequeñas que se dedican a ofrecer una gama de productos y servicios a la ciudadanía en general.

Cabe mencionar que el universo objeto de estudio es una empresa de servicio de telecomunicación.

3.2.2 Delimitación de la Población

La población a la cual está dirigida esta investigación es a la empresa CAVNET del Cantón Milagro la misma que se encuentra conformada por 5 personas que están en el área administrativa, 8 operadores que se encuentran brindando el servicio operativo. Siendo un total de 13 trabajadores más el gerente general de esta entidad. Para el estudio también se considerará a los clientes los cuales ascienden a 420.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de la muestra es no probabilística, donde se toma a un subgrupo de la población objeto de estudio, que no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación, pues no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando, en la medida de lo posible, que la muestra sea representativa.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{420 (0,5) (0,5)}{\frac{(420 - 1) 0,05^2}{1,96^2} + 0,25} (0,5) (0,5)$$

$$n = \frac{420 (0,25)}{\frac{419 0,0025}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{105,5}{\frac{1,0475}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{105,5}{0,27278646 + 0,25}$$

$$n = \frac{105,5}{0,52278646}$$

$$n = 203$$

3.2.5 Proceso De Selección

El Proceso de selección que se ha elegido es la muestra de sujetos voluntarios, el mismo que consiste en poseer todo el número de individuos u objetos de un cantón o sector ya que todos tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Estos métodos ayudarán a las tareas de investigación para recolectar la mayor cantidad de información y la forma de estudiar los fenómenos encontrados durante el proceso en la empresa CAVNET.

El método deductivo

El método deductivo es el que aspira demostrar en forma interpretativa, mediante la lógica pura, la conclusión en su totalidad a partir de indicios, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones, si no se invalida la lógica aplicada. Se trata del modelo axiomático como el método científico ideal. El método inductivo necesita una condición adicional, su aplicación se considera válida mientras no se encuentre ningún caso que no cumpla el modelo propuesto.

Se aplicará para determinar cómo las tareas personales de los colaboradores influyen en la organización global de la empresa. El método deductivo determina de qué manera la empresa con disposiciones rigen el desempeño de los colaboradores.

Método inductivo

Es el que determina las causas de un problema a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; en realidad, lo que realiza es una especie de generalización, sin que por medio de la lógica pueda conseguir una demostración de los citados problemas planteados o conjunto de conclusiones.

Dichas conclusiones podrían ser falsas y, al mismo tiempo, la aplicación parcial efectuada de la lógica podría mantener su validez.

Este se empleará para conocer las opiniones del talento humano y los clientes de la empresa CAVNET S.A sobre el tema planteado, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables, nos permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en nuestro proyecto.

Método analítico-sintético

El análisis es un procedimiento mental que logra la descomposición de una integridad en sus partes y relaciones componentes. Este procedimiento se complementa con el de síntesis, que permite la integración, a nivel mental, de las partes constitutivas del objeto. En esta nueva comprensión del objeto de forma total se alcanza una profundización en el conocimiento del todo, en tanto además de su asimilación fenoménica, puede explicarse su estructura interna y relaciones entre sus partes.

El método analítico-sintético porta dos momentos básicos en toda investigación científica, ya que permite penetrar en aspectos que pueden constituir causas del fenómeno, y así, desentrañar los elementos que necesita modificar el investigador para cambiar el comportamiento del todo, en estrecha relación con sus partes constitutivas.

Este método nos ayudará a entender cómo funcionan los procesos dentro de la empresa mientras que el método sintético investiga cada una de sus partes o elementos que conforman la organización.

El Método Histórico-Lógico

Permite descubrir el devenir y desarrollo de los fenómenos, centrándose en sus aspectos más fundamentales y apoyándose en dos procedimientos.

El procedimiento histórico reproduce, cronológicamente, los hitos fundamentales de la trayectoria de desarrollo del fenómeno que es objeto de estudio. A partir del mismo, es posible estructurar la regularidad interna, mediante el procedimiento lógico, que explica ese fenómeno. De este modo, se puede arribar a una comprensión más profunda del conocimiento del objeto.

En empleo del método histórico-lógico no puede limitarse la historicidad del objeto, sino que observa a éste en su decursar para arribar a regularidades del mismo que se vinculan con el problema. Por tanto, no se agota con el relato histórico, ni se detiene en especificidades colaterales al campo de acción y al problema investigativo.

El estudio documental: nos apoyaremos todos los archivos y expedientes existentes. Se consultarán libros, artículos, ensayos los cuales nos ayudarán a obtener información más confiable.

Método Estadístico:

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación.

Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico dependen del diseño de investigación seleccionado para la comprobación de la consecuencia verificable en cuestión.

Por medio de este método vamos a recopilar la información, la tabularemos y procederemos posteriormente a un análisis.

3.3.2 Métodos empíricos

La observación

Apreciaremos de manera cautelosa la mayoría de los procesos y actividades que los miembros de CAVNET ejecutan diariamente.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Como técnica de investigación complementaria tenemos:

La encuesta

Para identificar los criterios del grupo objetivo en cuanto a la problemática planteada para obtener una información veraz. Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como si lo hace en un experimento).

Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidos a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, fomentada a menudo por personas, impresos o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. De igual manera, al diseñar la encuesta y el cuestionario tomaremos en cuenta los recursos (tanto humanos como materiales elaborar) de los que se disponen.

La encuesta es una técnica de investigación que permitirá recoger información de esta empresa mediante preguntas formuladas a los usuarios y público en general respecto a la empresa y sus servicios.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El análisis de datos será realizado en función de los objetivos específicos marcados, los cuales han sido agrupados en categorías. Así mismo, los datos referentes a cada objetivo han sido analizados primeramente respecto al grupo objetivo en general, mediante un análisis descriptivo. Manualmente se recogerá la información, se procederá a la clasificación, organización y posterior tabulación.

Para la recopilación de la información a utilizar en el proceso de la investigación se manejará un cuestionario, las cuales contienen preguntas abiertas y cerradas; Los datos obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, empleándose las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El trabajo investigativo busca identificar los motivos que han hecho que la empresa CAVNET mantenga problemas administrativos, cuyos problemas prioritarios han sido en función de las quejas de nuestros clientes, para lo cual se analizará las acciones que emprenden en función del servicio que presta esta entidad, de esta forma buscar las soluciones más acertadas que le permitan a la organización ser más productiva.

Actualmente la empresa cuenta con una alta competencia, por lo tanto no puede mantener un perfil bajo en este mercado competitivo, por ello para este estudio se ha elaborado un cuestionario donde se espera obtener información necesaria para poder sustentar las bases de nuestro proyecto, de acuerdo con los resultados obtenidos.

Para procesar los datos recogidos en la investigación se trabajó de la siguiente forma: Mediante elaboración de tablas estadísticas, que serán aplicadas al talento humano de la empresa como a los clientes de la mismas, en las que se hacen conocer el análisis de cada una de las preguntas planteadas en la encuesta, datos que serán debidamente tabulados, para lograr una mejor apreciación del problema.

La recolección de datos permitirá verificar las hipótesis planteadas. A continuación se presenta el desarrollo del trabajo de campo.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

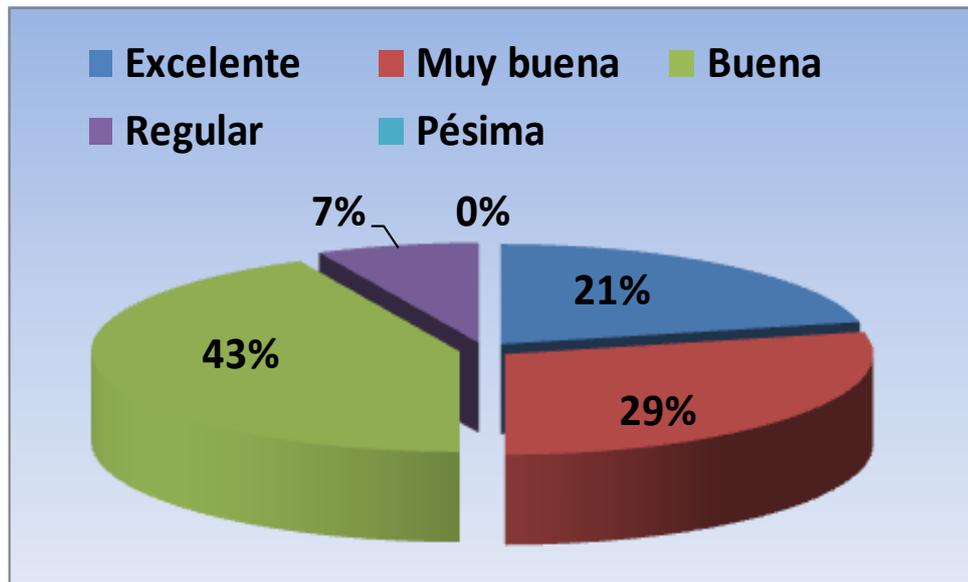
1.- Considera que la administración en la empresa es:

Cuadro 8.Calificación de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Excelente	3	21%
Muy buena	4	29%
Buena	6	43%
Regular	1	7%
Pésima	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 3.Calificación de la empresa



Análisis.- El talento humano encuestado indicó que la administración que se lleva en la empresa es buena (43%), existiendo una variación del 26% y 29% que manifiesta que es excelente y muy bueno. Indudablemente esta información demuestra los problemas que existen actualmente en la empresa, puesto que los empleados tienen criterios diferentes sobre los proceso que lleva esta entidad.

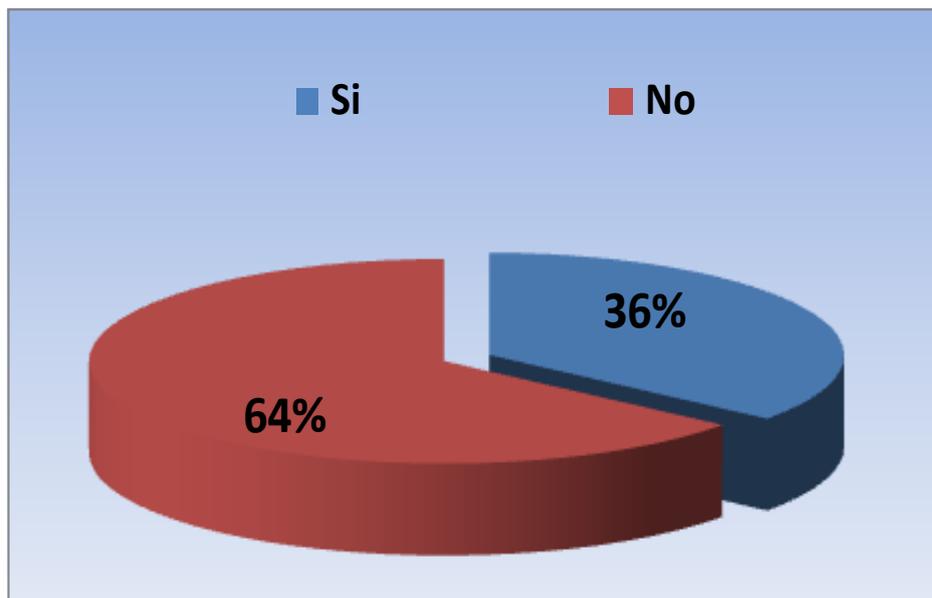
2.- ¿Cree usted que la empresa actualmente se muestra competitiva ante los demás proveedores que ofrecen servicio de internet en la ciudad de Milagro?

Cuadro 9.Competitividad de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	5	36%
No	9	64%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 4. Competitividad de la empresa



Análisis.- El 64% de los encuestados indicaron que actualmente la empresa no se encuentra competitiva ante el alto índice de la competencia, mientras que el 36% indica lo contrario. La empresa debe mantener una adecuada administración internas para así proyectar un buen servicio y mantener la lealtad de los usuarios.

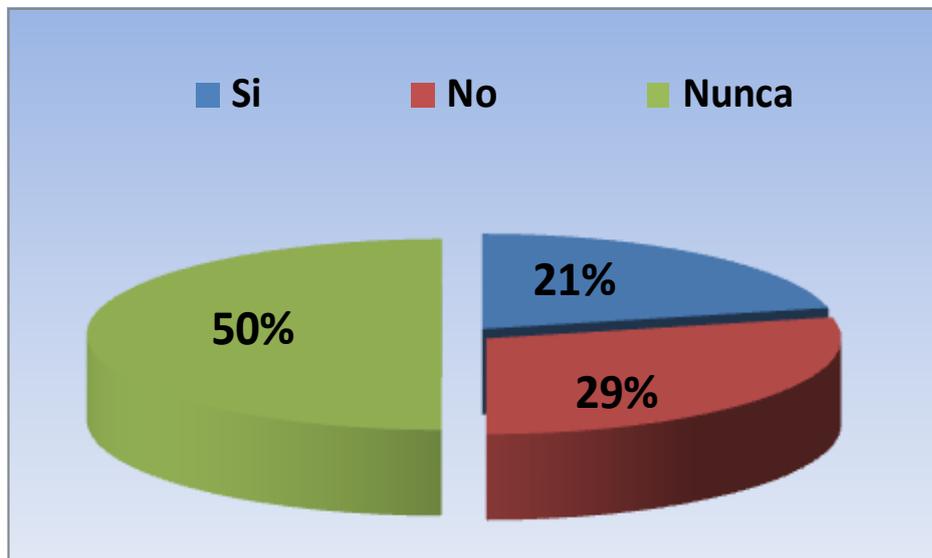
3.- ¿Cree usted que se realizan adecuadas planificaciones de trabajo en la empresa?

Cuadro 10. Planificación del trabajo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	3	21%
No	4	29%
Nunca	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 5. Competitividad de la empresa



Análisis.- Entre el 50% y el 29% de los encuestados manifestaron que no se realiza una debida planificación interna, por ello, se han presentado diferentes inconvenientes en el servicio, generando reclamos por parte de los clientes. Motivo por el cual han bajado la captación de nuevos usuarios.

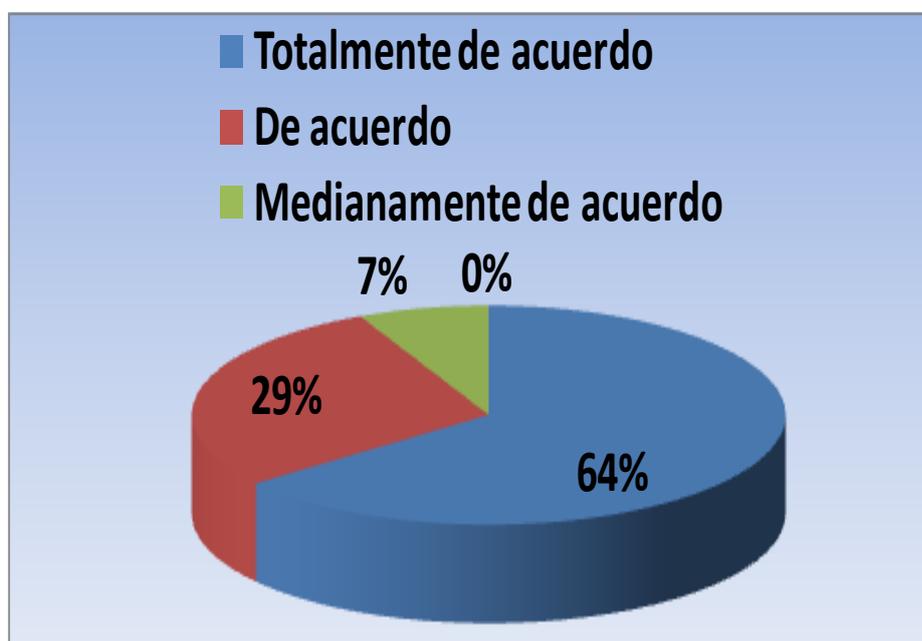
4.- ¿Cree usted que la planificación ayuda al buen cumplimiento de las labores del talento humano?

Cuadro 11. Cumplimiento de las labores

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	9	64%
De acuerdo	4	29%
Medianamente de acuerdo	1	7%
Poco de acuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 6. Cumplimiento de las labores



Análisis.- El talento humano considera que la planificación ayuda de forma óptima al buen cumplimiento de las labores, por ello, consideran muy necesario ejecutar esta acción, de esta forma de podrá manejar adecuadamente la información interna y realizar a tiempo las gestiones que conciernen a la empresa como la asistencia oportuna de los clientes.

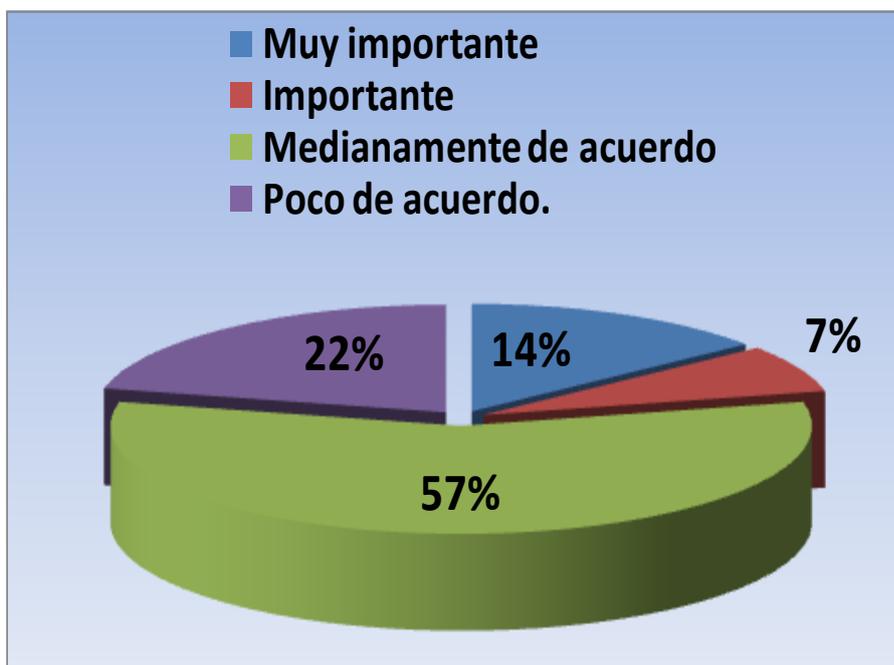
5.- ¿Considera importante el cumplimiento del reglamento de la empresa?

Cuadro 12. Cumplimiento del reglamento

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy importante	2	14%
Importante	1	7%
Medianamente de acuerdo	8	57%
Poco de acuerdo.	3	22%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 7. Cumplimiento del reglamento



Análisis.- El 57% de los encuestados indicaron que consideran medianamente importante cumplir con el reglamento de la empresa, es decir, que no se ha realizado ninguna sanción en caso de incumplimiento de una labor, por ello, el talento humano ignora su acatamiento.

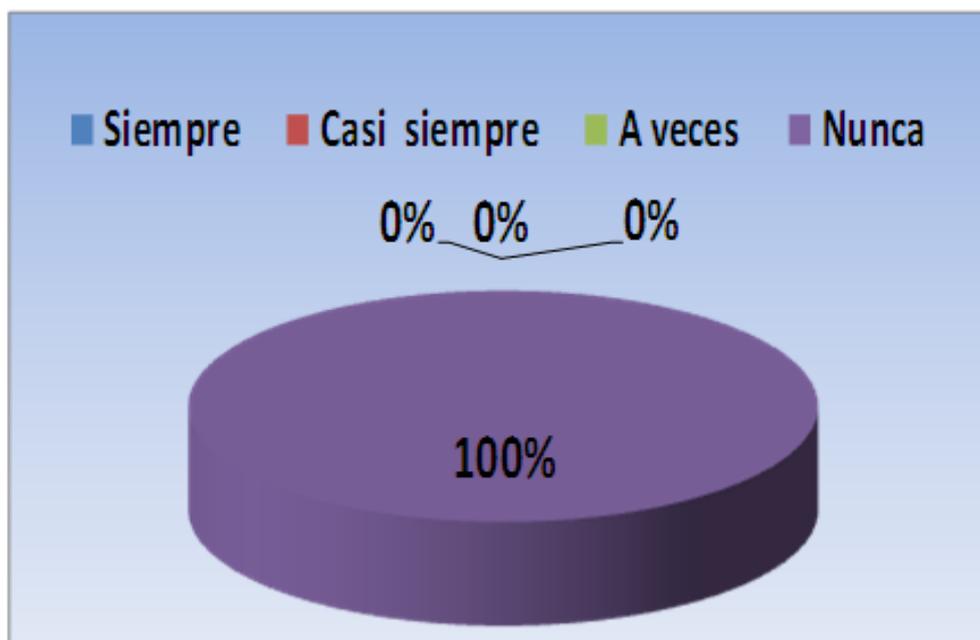
6.- ¿Ha sido sancionado por incumplimiento del reglamento de la empresa CAVNET?

Cuadro 13. Sanciones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
A veces	0	0%
Nunca	14	100%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 8. Sanciones



Análisis.- Como se indicó en la pregunta anterior los empleados no han sido sancionados de ninguna manera, por ello, hace caso omiso al cumplimiento del reglamento. Este incumplimiento hace que el talento humano no tenga total responsabilidad por las actividades que tiene que ejecutar para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

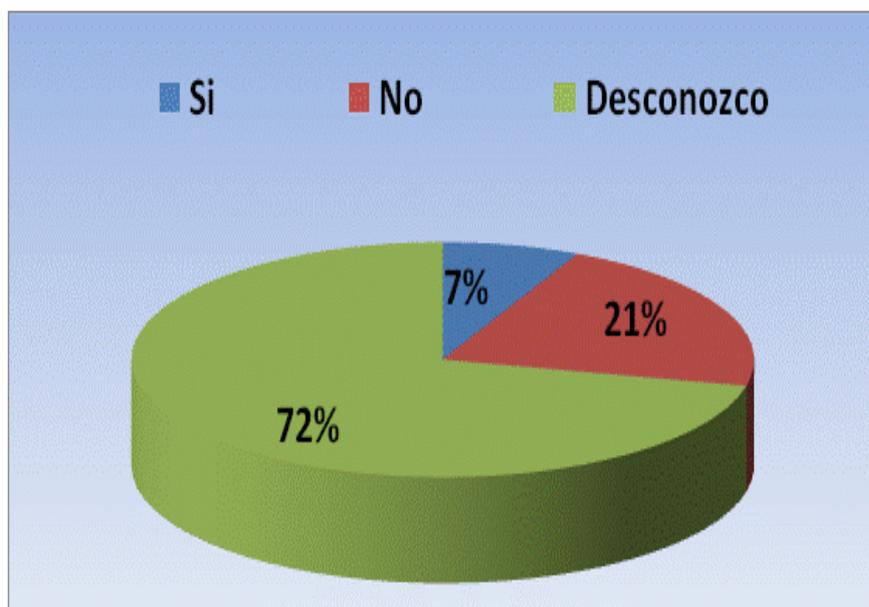
7.- ¿Conoce usted si la empresa mantiene un organigrama estructural?

Cuadro 14. Organigrama estructural

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	1	7%
No	3	21%
Desconozco	10	72%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 9. Organigrama estructural



Análisis.- El 72% de los empleados manifestaron que la empresa no cuenta con un organigrama estructural, la ausencia de este hace que el talento humano desconozca el orden jerárquico de CAVNET. Tan sola una persona indico que si existe, de ser así este debe darse a conocer.

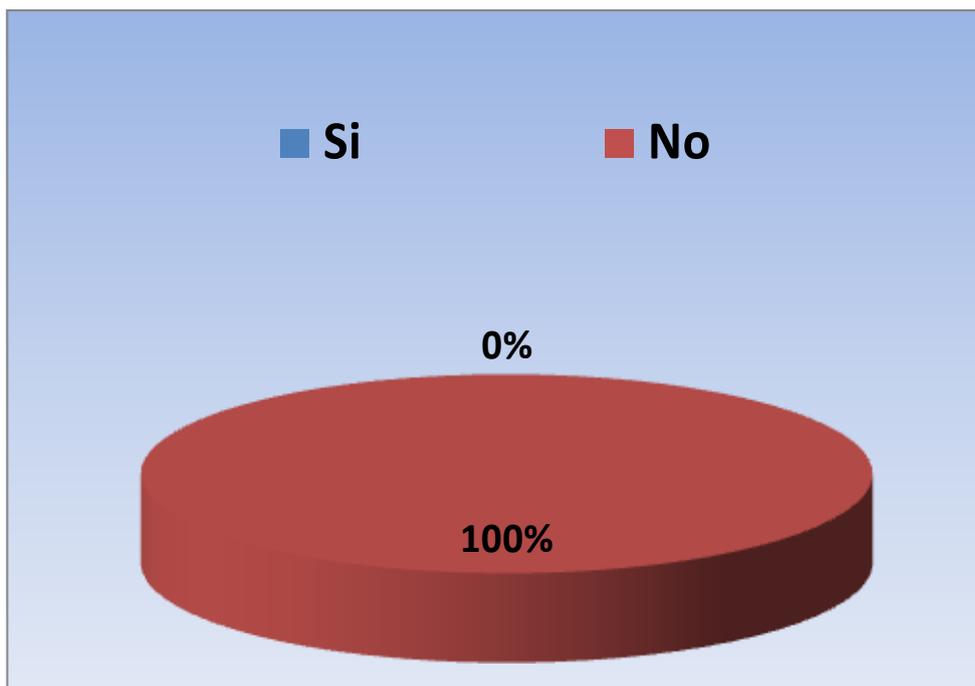
8.- Conoce usted el manual de funciones de la compañía?

Cuadro 15. Manual de funciones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	0	0%
No	14	100%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 10. Manual de funciones



Análisis.- Los encuestados (100%) manifestaron que la empresa no cuenta con los manuales de funciones. La ausencia de esta herramienta no permite la adecuada distribución de funciones, lo cual ha generado recarga laboral.

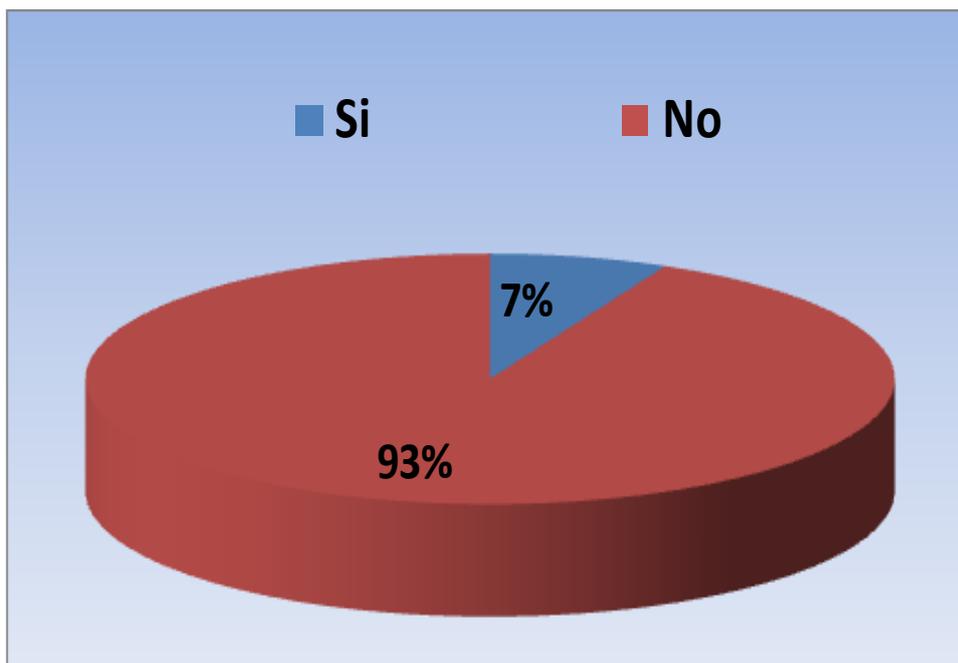
9.- ¿Conoce usted el reglamento interno en la empresa?

Cuadro 16. Reglamento empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	1	7%
No	13	93%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 11. Orden jerárquico de la empresa



Análisis.- El 93% de los encuestados indicaron que no conocen el reglamento de la empresa, esta información permite demostrar que no se comunicó a los empleados sobre la existencia del mismo. Adjunto a esto no han sido sancionados los trabajadores por las faltas cometidas, razón por la cual se presentan problemas en la ejecución correcta de los procesos.

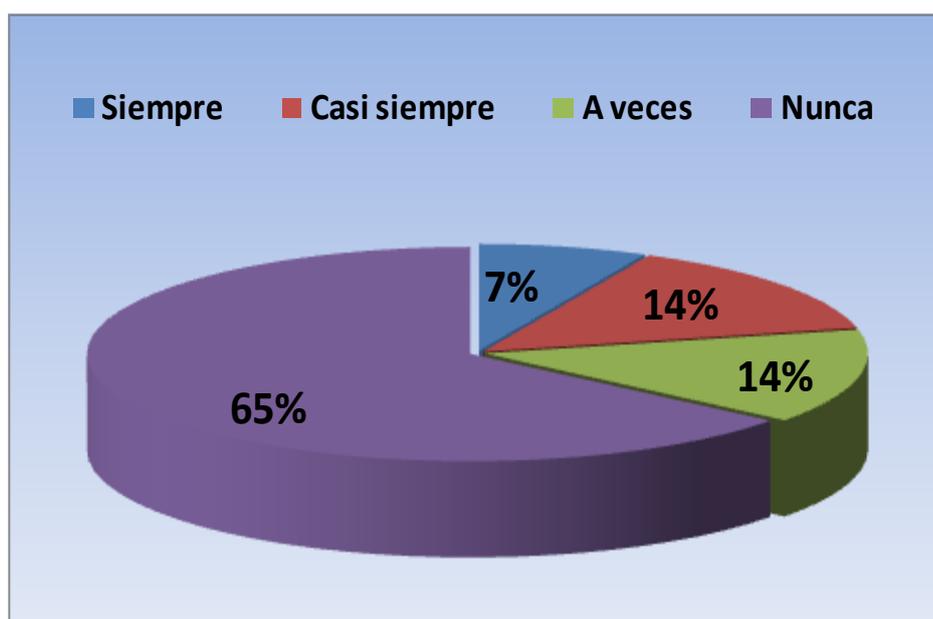
10.- ¿Se aplica correctos procesos de selección y reclutamiento de personal?

Cuadro 17. Procesos de selección y reclutamiento de personal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	1	7%
Casi siempre	2	14%
A veces	2	14%
Nunca	9	65%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 13. Procesos de selección y reclutamiento de personal



Análisis.- El que exista talento humano con educación secundaria en una empresa que necesita crecer a pasos agigantados, se origina por qué no se aplican adecuados proceso de selección y reclutamiento de personal (65%). La ausencia de este proceso perjudica a la empresa, puesto que los empleados no responden al cien por ciento.

11.- ¿Cómo considera los manuales de funciones en la ejecución de las labores diarias?

Cuadro 18. Manuales de funciones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy necesario	4	26%
Necesario	3	39%
Medianamente necesario	5	32%
Poco necesario.	2	3%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 14. Manuales de funciones



Análisis.- Como se observa en la gráfica circular los encuestados indicaron que los manuales de funciones lo consideran medianamente necesario (36%), mientras que el 39% indica lo contrario. Indudablemente los manuales son muy importante para la buena ejecución de las tareas diarias.

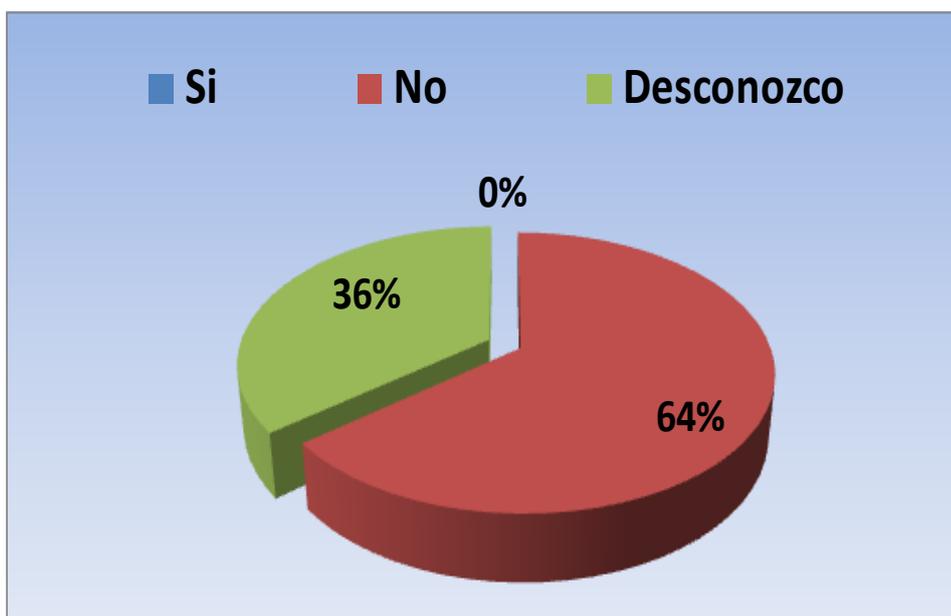
12.- ¿La empresa posee manuales de funciones?

Cuadro 19. Manuales de funciones de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	0	0%
No	9	64%
Desconozco	5	36%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 15. Manuales de funciones de la empresa



Análisis.- El 64% de los encuestados manifestaron que la empresa CAVNET no posee manuales de funciones. Esta información demuestra el porque existe un incumplimiento de tareas por parte del talento humano, agudizando de esta forma su buen funcionamiento.

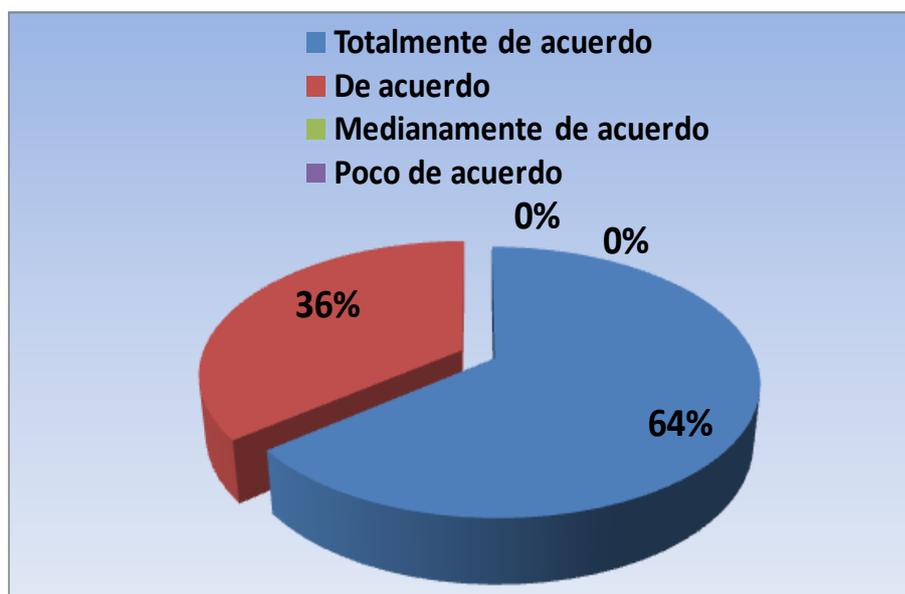
13.-¿Considera que un plan estratégico institucional tiene relación en el conocimiento de los procesos organizacionales?

Cuadro 20. Plan estratégico institucional

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	9	64%
De acuerdo	5	36%
Medianamente de acuerdo	0	0%
Poco de acuerdo	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 16. Plan estratégico institucional



Análisis.-Totalmente de acuerdo (64%) manifestaron los encuestados que están con que un plan estratégico institucional tiene relación en el conocimiento de los procesos organizacionales y un 36% indico que está de acuerdo, es decir un 100% consideran de vital importancia esta acción.

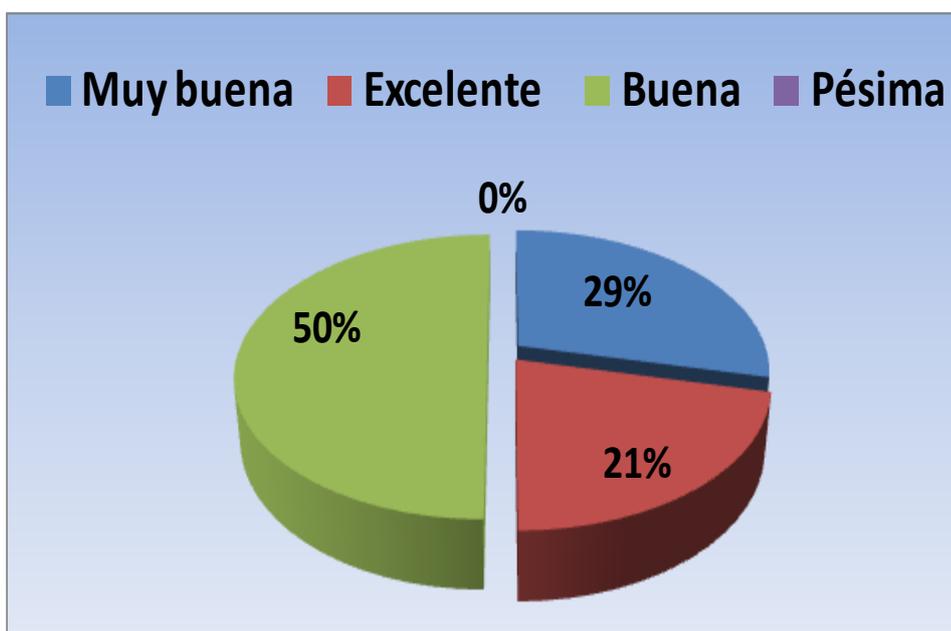
14.- La comunicación en la empresa es:

Cuadro 21. Comunicación en la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy buena	4	29%
Excelente	3	21%
Buena	7	50%
Pésima	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 17. Comunicación en la empresa



Análisis.- Se observa que existen diferentes criterios con respecto a la comunicación, unos manifiestan que es excelente, otros que es muy buena y un buen porcentaje que es buena. Independientemente de las respuestas de los encuestados el que una empresa o los empleados mantengan una adecuada comunicación es sinónimo de un buen clima organizacional.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Encuesta dirigida a los clientes de la empresa CAVNET

1.- ¿Conoce usted la existencia de alguna empresa u organización comercial que brinde el servicio de alquiler de internet en Milagro?

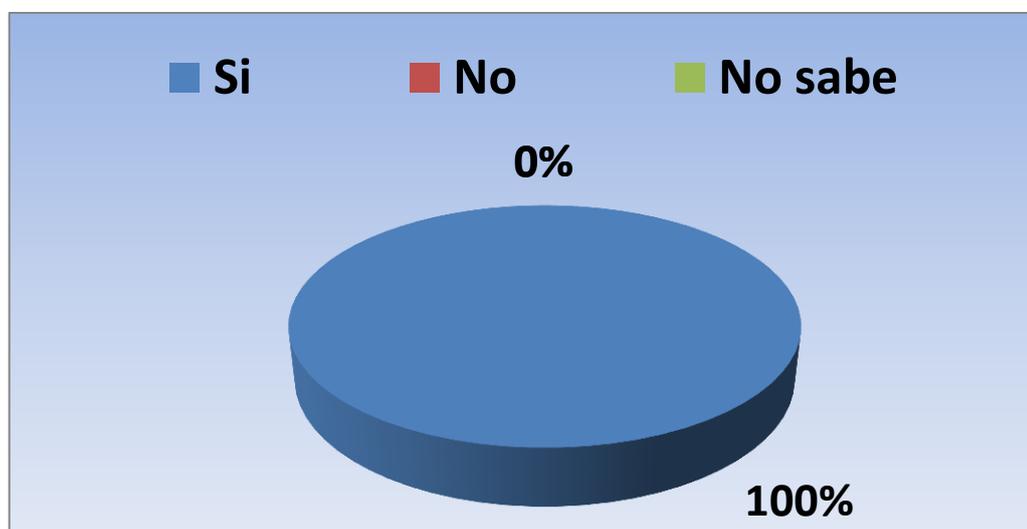
Cuadro 22. Conocimiento del sector comercial

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	203	100%
No	0	0%
No sabe	0	0%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 18. Conocimiento del sector comercial



Análisis.- El 100% de los clientes de la empresa indicaron que efectivamente conocen la existencia de empresas que brindan el servicio de alquiler de internet, es por ello, que esta organización debe optimizar sus procesos, especialmente en la atención al cliente, ya que el mercado es muy competitivo y la competencia podría liderar el mercado.

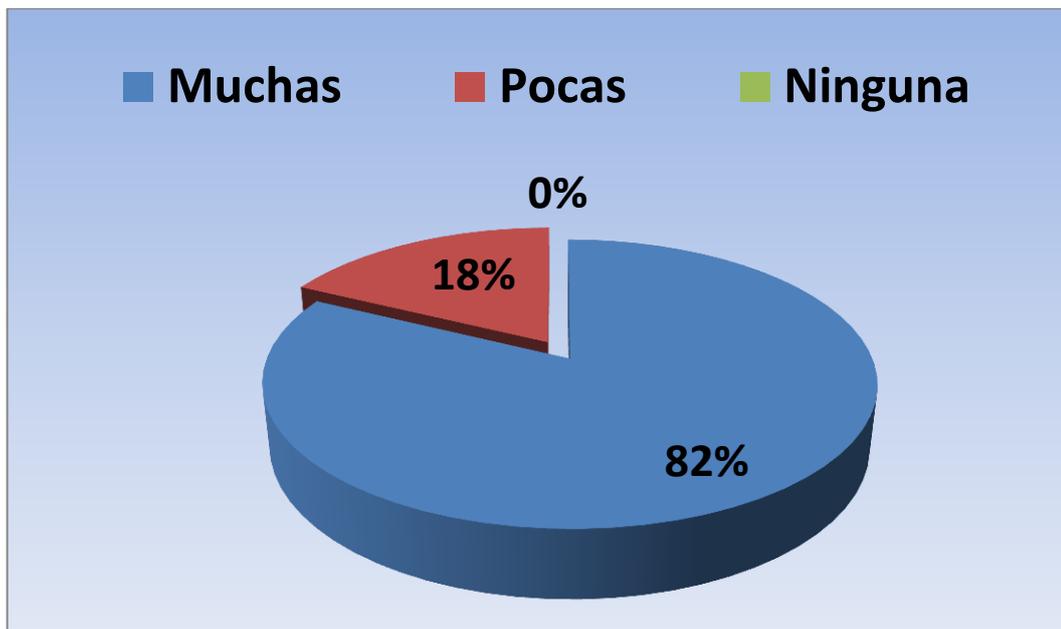
2.- ¿Cuántas empresas comerciales de alquiler de internet ha visitado usted en Milagro?

Cuadro 23. Empresas que han visitado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muchas	167	82%
Pocas	36	18%
Ninguna	0	0%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 19. Empresas que han visitado



Análisis.-Como se observa estas personas han visitado muchas empresas (82%), básicamente esta actividad la realizan ya que los usuarios siempre buscan donde les presten un buen servicio y un precio justo, aspectos que deben ser tomados en cuenta por esta entidad.

3.- ¿Cómo cree que son los servicios en general que brindan las empresas comerciales de alquiler de internet?

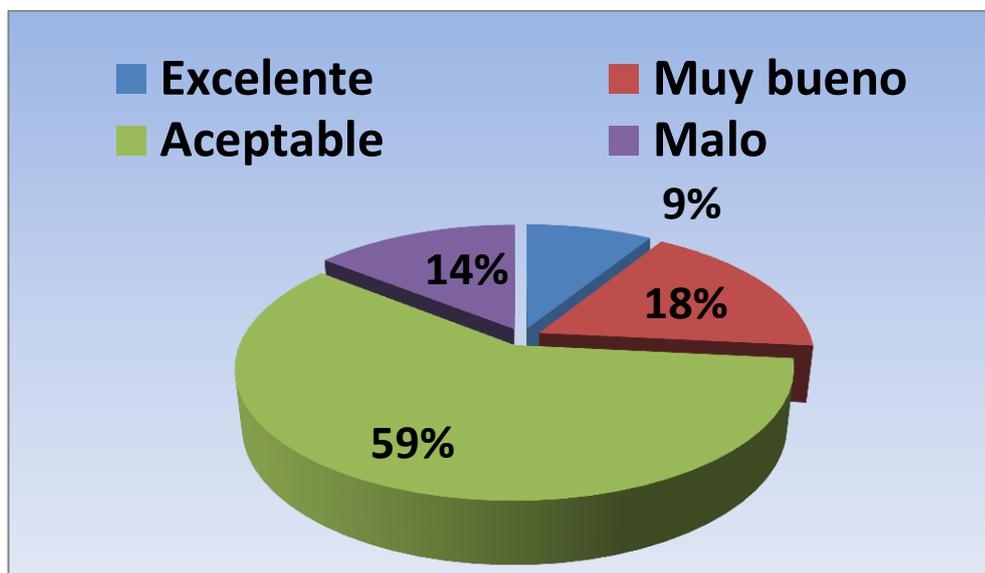
Cuadro 24. Servicios en general

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Excelente	18	9%
Muy bueno	36	18%
Aceptable	120	59%
Malo	29	14%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 20. Servicios en general



Análisis.- Considera que este tipo de servicio a nivel de todas las empresas lo califican como aceptable (59%), esto demuestra que existe un bajo nivel de satisfacción por parte de los usuarios, por ello, es recomendable que CAVNET oferte al mercado buen servicio y precio.

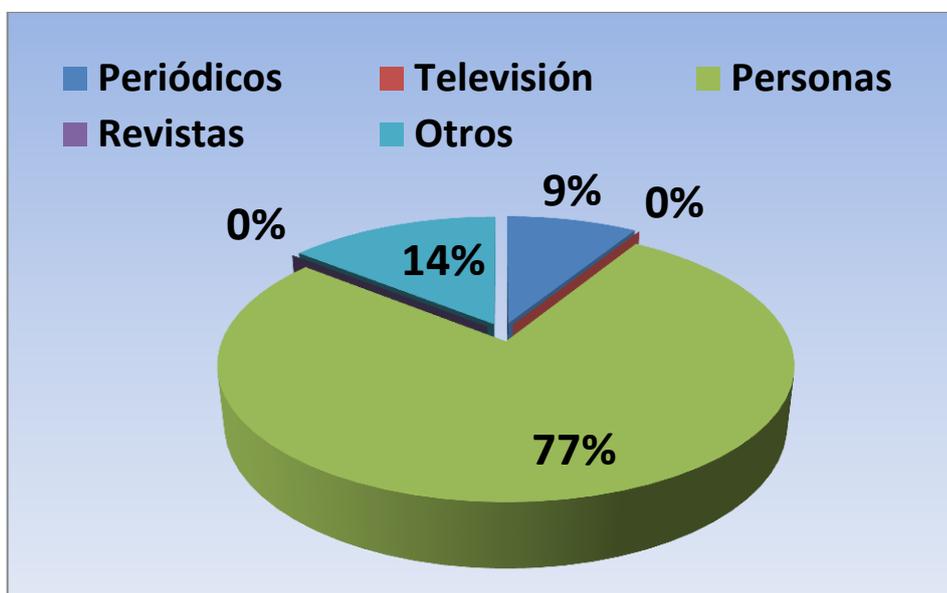
4. ¿Qué medio de publicidad lo incentivó a adquirir el servicio de internet de la empresa CAVNET S.A?

Cuadro 25. Medios de publicidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Periódicos	18	9%
Televisión	0	0%
Personas	156	77%
Revistas	0	0%
Otros	29	14%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 21. Medios de publicidad



Análisis.-Los medios por los que conoció la empresa es por personas conocidas (77%), esto indica que si la empresa sigue manteniendo el ritmo que lleva los clientes van a dejar de recomendarlos, por lo tanto es necesario que se corrijan tales falencias.

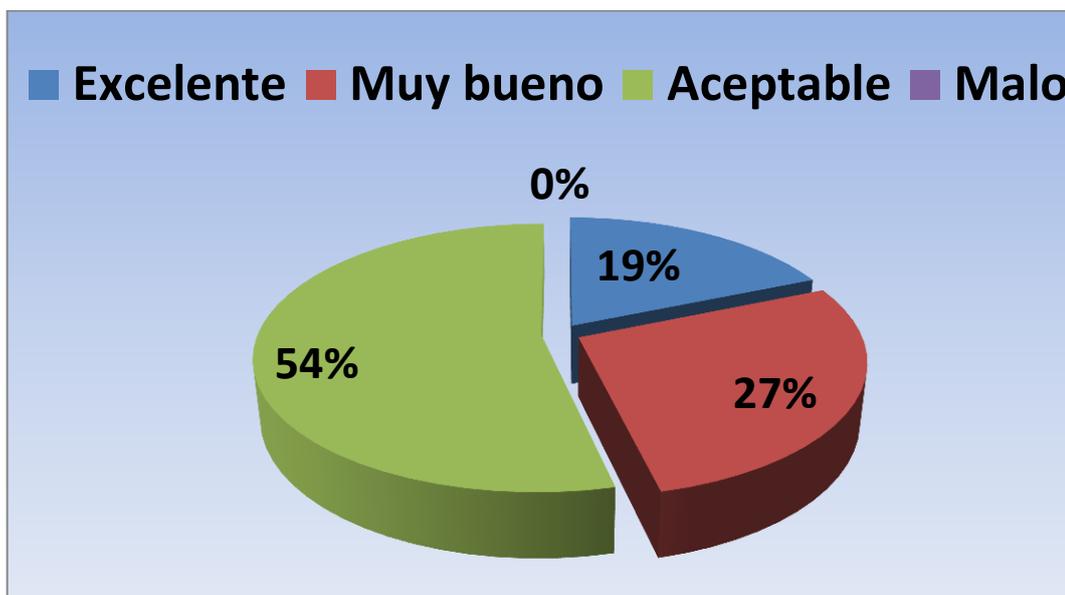
5.- ¿Cómo considera el servicio que brinda la empresa CAVNET?

Cuadro 26. Calificación al servicio que ofrece la empresa CAVNET

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Excelente	38	19%
Muy bueno	56	27%
Aceptable	109	54%
Malo	0	0%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 22. Calificación al servicio que ofrece la empresa CAVNET



Análisis.- De aceptable (54%) manifestaron los clientes que consideran el servicio que brinda la empresa CAVNET, sin embargo el 19% indicó que es excelente y el 29% que muy bueno, a pesar de las deficiencias que presenta la entidad, los usuarios aún no se quejan de la asistencia que brinda esta organización.

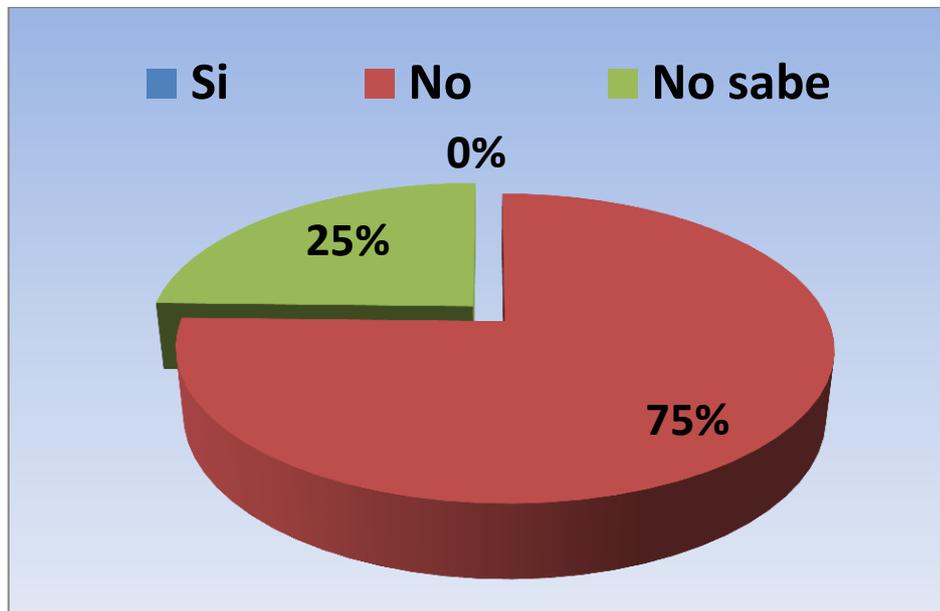
6.- ¿Conoce algún departamento de quejas o líneas telefónicas habilitadas para alguna consulta o inconveniente que se suscite con el servicio de la empresa?

Cuadro 27. Departamento de quejas o líneas telefónicas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	0	0%
No	153	75%
No sabe	50	25%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 23. Departamento de quejas o líneas telefónicas



Análisis.-Tomando en consideración la gráfica el 100% de los encuestados indicaron que desconoce si existe un departamento de quejas o líneas telefónicas habilitadas para alguna consulta o inconveniente que se suscite con el servicio de la empresa

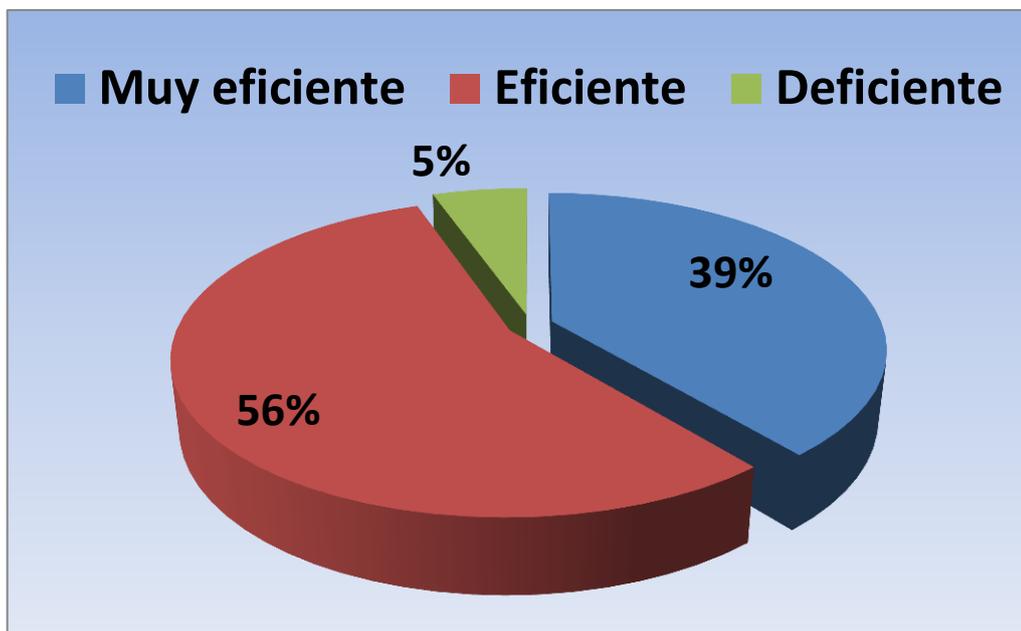
7.-¿De haber un problema con el servicio de internet en su hogar la solución del mismo es:

Cuadro 28. Eficiencia del servicio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy eficiente	79	39%
Eficiente	113	56%
Deficiente	11	5%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 24. Eficiencia del servicio



Análisis.-La asistencia que presta actualmente la empresa con algún problema con el servicio, los encuestados manifestaron que la solución prácticamente es aceptable, a pesar que existe un 5% que respondió lo contrario.

8.- ¿Alguna vez ha recibido un inadecuado trato por parte del personal encargado del servicio?

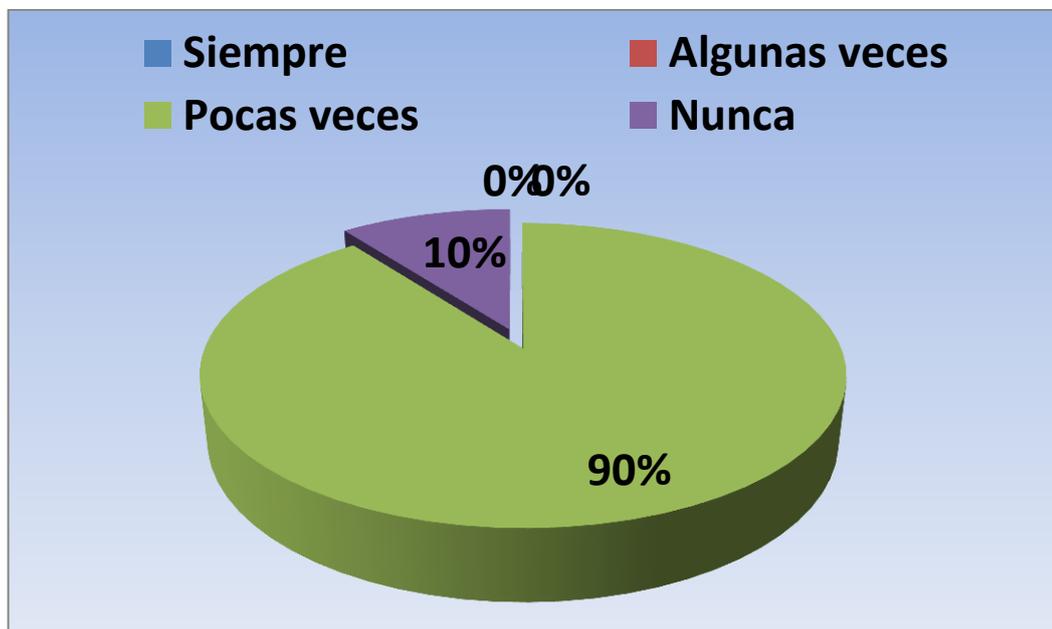
Cuadro 29. Trato al cliente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	0	0%
Algunas veces	0	0%
Pocas veces	182	90%
Nunca	21	10%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 25. Trato al cliente



Análisis.-Los clientes respondieron que pocas veces(90%) han recibido un trato inadecuado por parte de los empleados de esta empresa y el 10% indicaron que nunca le han dado un mal servicio.

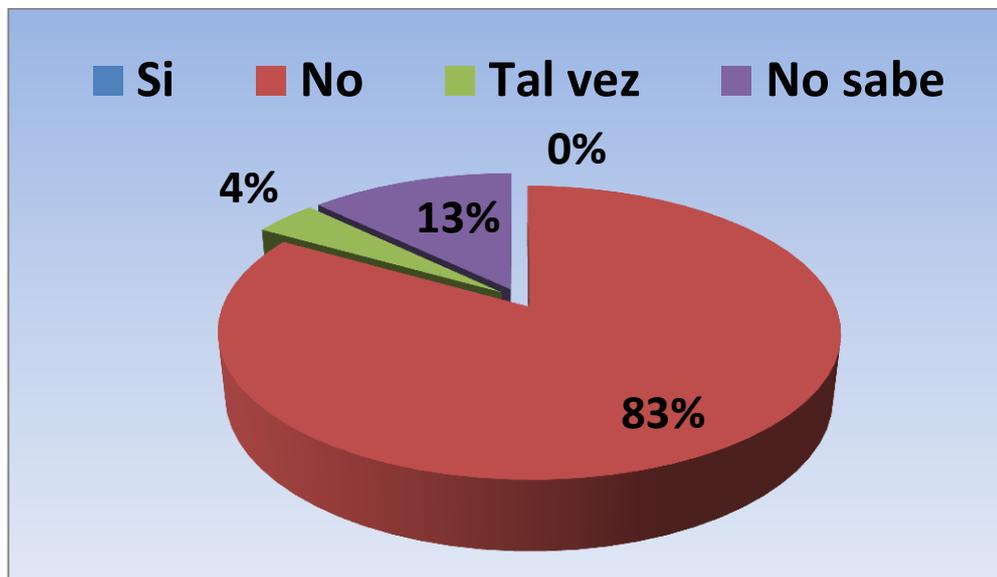
9.- ¿Volvería a comprar los servicios de internet de una empresa que oferta buenos productos(internet banda ancha.)pero un pésimo servicio de atención al cliente?

Cuadro 30. Compra de servicios de la competencia de la empresa CAVNET

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	0	0%
No	169	83%
Tal vez	8	4%
No sabe	26	13%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 26. Compra de servicios de la competencia de la empresa CAVNET



Análisis.- Como se observa en el gráfico el 83% de los encuestados indicaron que no solicitarían buenos productos (internet banda ancha) de una empresa donde el servicio de atención al cliente es pésimo. Esta información demuestra que la asistencia a los usuarios debe ser óptima, para así evitar que se inclinen por la competencia.

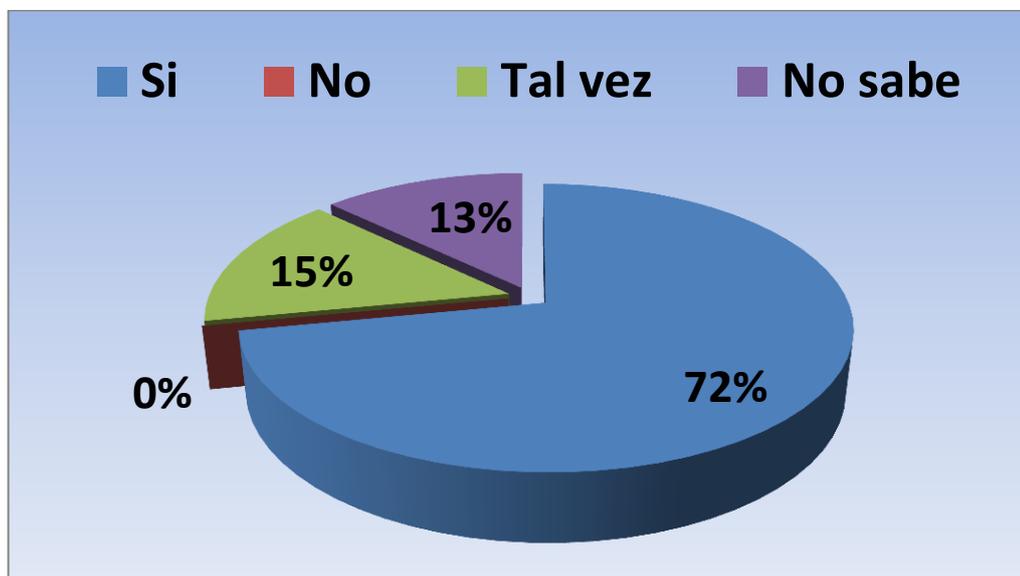
10.- ¿Visitaría por recomendación, otras empresas que oferten productos similares a los que necesita pero con un alto nivel de atención al cliente?

Cuadro 31. Solicitud de servicios por recomendación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	146	72%
No	0	0%
Tal vez	31	15%
No sabe	26	13%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 27. Solicitud de servicios por recomendación



Análisis.- El 72% de los clientes indicaron que por recomendación se inclinarían por otras empresas que oferten productos similares a los que necesita pero con un alto nivel de atención al cliente. Factor que debe ser tomado en consideración para así emplear un adecuado servicio al mercado.

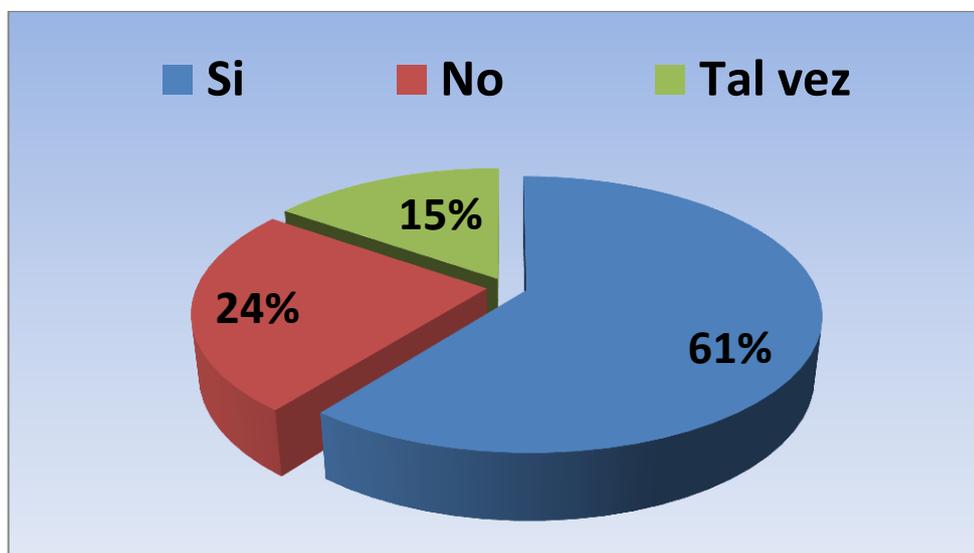
11.- ¿Los precios del servicio que la empresa actualmente ofrece está de acuerdo a sus perspectivas?

Cuadro 32. Expectativas de los clientes con el precio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	123	61%
No	49	24%
Tal vez	31	15%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 28. Expectativas de los clientes con el precio



Análisis.- Como se observa no existe ningún inconveniente con el precio que la empresa maneja con respecto al servicio que ofrece, es decir ese no es un factor que podría afectar a la pérdida de clientes, el problema radicaría en el servicio que ofrecen.

12.- ¿Cree usted que la empresa debería adquirir equipos tecnológicos y avanzados para la rapidez, competitividad y avance del servicio que presta?

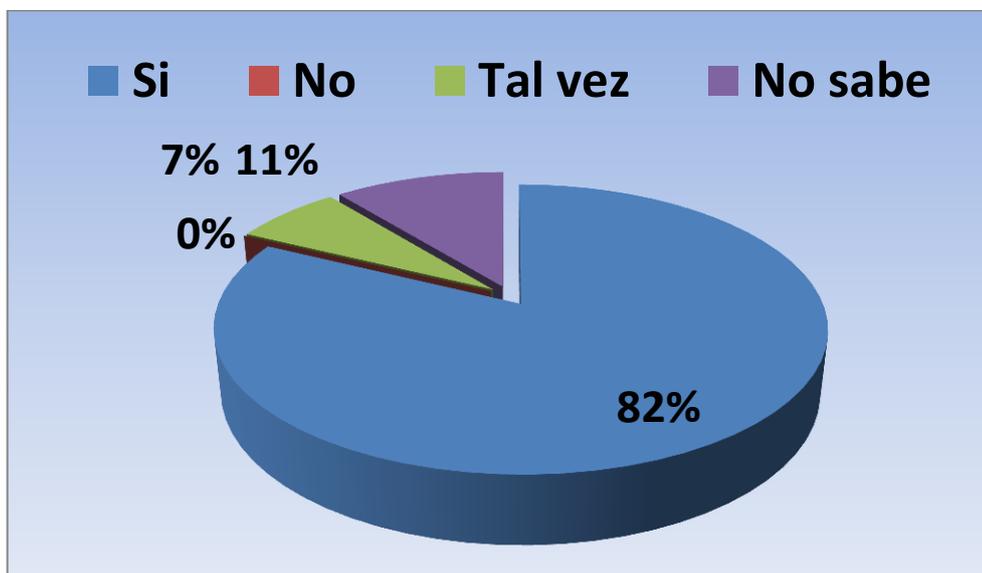
Cuadro 33. Equipos tecnológicos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	167	82%
No	0	0%
Tal vez	14	7%
No sabe	22	11%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 29. Equipos tecnológicos



Análisis.- Los encuestados manifestaron que la empresa debería adquirir equipos tecnológicos y avanzados para mejorar la rapidez, competitividad y avance del servicio que presta (82%).

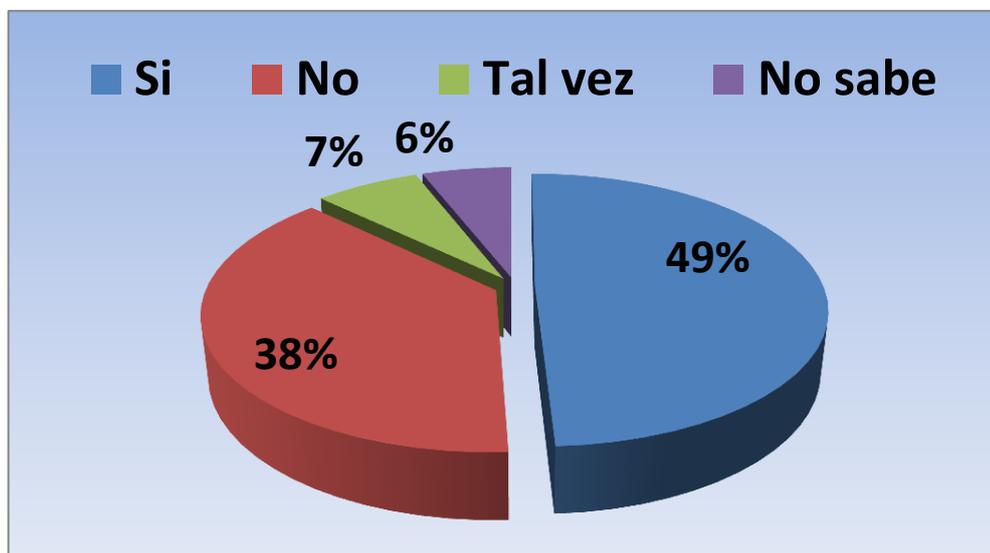
13.- ¿Estaría de acuerdo a pagar un 10% más del valor de su servicio si se implementan equipos tecnológicos y avanzados para la rapidez y eficiencia del mismo?

Cuadro 34. Aceptación pago del 10% más del servicio por equipos tecnológicos nuevos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	100	49%
No	77	38%
Tal vez	14	7%
No sabe	12	6%
TOTAL	203	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta
Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

Gráfico 30. Aceptación pago del 10% más del servicio por equipos tecnológicos nuevos



Análisis.- Existe criterios parecidos con respecto de pagar un 10% más del valor de su servicio si se implementan equipos tecnológicos y avanzados para la rapidez y eficiencia del mismo. Sin embargo es importante que tal acción deba ser manejada con mucho tino, para no cobrar precios elevados por el servicio, ocasionando pérdida de clientes.

4.3 RESULTADOS

El trabajo de campo permitió conocer que la empresa CAVNET, cuenta con talento humano de instrucción secundaria y otros que no han terminado sus estudios superiores, existiendo solo dos personas con título profesional. Esta situación que vive la empresa se ha dado ya que no se aplican adecuados proceso de selección y reclutamiento de personal, por lo tanto no se conoce a profundidad su capacidad intelectual.

La empresa no cuenta con un organigrama estructural, por lo tanto el talento humano desconoce el orden jerárquico. Además no se realizan adecuadas planificaciones para el buen cumplimiento de las labores, motivo por el cual ha existido retrasos en asistir a las diferentes solicitudes que han hecho los clientes con algún problema que se les ha presentado.

Con respecto al reglamento de la empresa este no es cumplido, debido a que los empleados nunca han sido sancionados, por ello, consideran innecesaria su aplicación.

Siendo el manual de funciones una herramienta importante para el buen cumplimiento de las funciones del talento humano, sin embargo la empresa no cuenta con un adecuado manual de funciones. Por ello consideran necesario que esta entidad ejecute un plan estratégico institucional que tenga relación a los procesos organizacionales.

Por último los empleados manifestaron que existe una débil comunicación interna, esta deficiencia hace que las labores a ejecutarse no sean bien realizadas, lo cual afecta a las acciones internas y externa de la empresa.

Tomando en cuenta la información que dieron los empleados de la empresa CAVNET, los clientes manifestaron que a nivel de todas aquellas entidades que brindan el servicio de internet consideran aceptable su prestación, sin embargo podrían inclinarse por organizaciones que brinden un servicio de calidad, siendo el factor mal relevante para ellos, y después obviamente el precio. Dos aspectos que debe tomar en cuenta esta empresa objeto de estudio.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Cuadro 35. Verificación de las hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>La ineficiencia en la administración incide en la pérdida de competitividad de las operaciones de la empresa.</p>	<p>En la pregunta 1 de la encuesta al talento humano indicaron que la administración dentro de la empresa la consideran buena. Además en la Preg. 2 manifestaron que actualmente las deficiencias que presenta esta entidad la hace poco competitiva. Considerando esta información los clientes manifestaron que estarían dispuestos a inclinarse por una empresa (Preg 10 hecha a los clientes) que ofrezca un buen servicio, lo cual le augura a esta organización pérdida de clientes si no los corrige a tiempo.</p>
<p>Hipótesis particular 1.- La escasa administración organizacional influye en el desempeño de las labores cotidianas de la empresa CAVNET.</p>	<p>La empresa mantiene una débil administración así lo indican los empleados en la pregunta 1 de la encuesta, por ello existe una lenta atención de los requerimientos que solicitan los clientes cuando se les suscitan un problema con el servicio (Preg. 7 encuesta realizada a los clientes).</p>
<p>Hipótesis particular 2.- Las inadecuadas planificaciones de los procesos administrativos disminuyen las funciones que debe cumplir el talento humano en sus labores diarias.</p>	<p>En la pregunta 3 de la encuesta a los empleados indicaron que no se realizan adecuadas planificaciones de trabajo, por lo tanto ha bajado la captación de nuevos clientes.</p>

<p>Hipótesis particular 3.- El desacato del reglamento interno de la empresa incide en el control de las labores de los funcionarios de la organización objeto de estudio.</p>	<p>Esta hipótesis se la verifica en la pregunta 5 ya que los empleados manifestaron que no cumplen con lo que se establece en el reglamento interno de la empresa, además porque a pesar de sus deficiencias no han sido sancionados, así lo indicaron en la pregunta 6 realizada al talento humano.</p>
<p>Hipótesis particular 4.-La inexistencia del organigrama de la entidad incurre en el desconocimiento del orden jerárquico de la misma.</p>	<p>La empresa no posee un organigrama estructural, motivo por el cual los empleados desconocen el orden jerárquico (verificación en las preguntas 7 y 8 de la encuesta.</p>
<p>Hipótesis particular 5.-La inexistencia de profesionales con conocimiento en administración de recursos humanos limita el proceso de captación, selección y capacitación del personal.</p>	<p>Efectivamente la falta de profesionales con conocimiento de recursos humanos ha afectado la incorporación de talento humano calificado, debido a que no se han empleado adecuados procesos de selección y reclutamiento de personal (verificación en la pregunta 10). Ese es un motivo por el cual no se brinda un óptimo servicio generando una calificación del servicio que da la empresa CAVNET como buena, así lo indicaron los clientes en la Preg. 5.</p>
<p>Hipótesis particular 6.-El inadecuado procedimiento de selección de personal incide en las actitudes y aptitudes que deben poseer los funcionarios.</p>	<p>Si incide en las actitudes y aptitudes del personal, el inadecuado proceso de selección y reclutamiento de personas en la empresa. A esto se suma también que la empresa no posee un adecuado manual de funciones haciendo que la labor sea poco efectiva. (Preg. 11)</p>

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Elaborado por: Sandra Martínez & Irene Acosta

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“Reingeniería de procesos administrativos en la empresa CAVNET S.A”

5.2 JUSTIFICACIÓN

Después de haber realizado los estudios pertinentes al grupo, el objetivo sobre la ineficiencia en la administración organizacional de la empresa CAVNET S.A., la misma que carece de estrategias e instrumentos administrativos como son los manuales de funciones y descripción de procedimientos, herramientas que impiden una adecuada organización. Los esfuerzos por seguir participando en este mercado se están restringiendo puesto que la entidad está perdiendo competitividad, debilidad que la competencia puede aprovechar y liderar el mercado. Motivo por el cual se propone una reingeniería de procesos administrativos con el fin de optimizar las gestiones internas y externas que denuncien un crecimiento constante y así hacer del servicio una alta satisfacción en los clientes.

Según Henry Fayol el éxito de las empresas es mejorar la aplicación de los procesos administrativos, también el fortalecer el conocimiento del personal puesto que es la persona que ejecuta los procesos.

La propuesta contendrá los respectivos y adecuados manuales de funciones que cada departamento debe tener para así potencializar las labores del talento humano,

además de los procesos a través de flujo gramas. Cabe mencionar que en vista que la empresa no cuenta con un organigrama se lo elaborará con el fin de que el personal identifique las jerarquías dentro de la empresa.

Se realizara el análisis de las cinco fuerzas de Porter de esta forma se identificará plenamente la competencia, los clientes, proveedores y servicios sustitutos, de tal manera que la empresa podrá establecer estrategias a través del análisis del FO-FA-DO-DA, marcando la diferencia ante la competencia. También se explicara el funcionamiento del marketing mix, es decir se describirá los diferentes planes promocionales, lo que ofrece la empresa, los costos del servicio y las publicidades.

Para medir la efectividad de esta propuesta se realizara un comparativo del flujo operativo del año 2012 y 2013, con esto se determinara la factibilidad de este proyecto. Por último se establecerán las respectivas conclusiones y recomendaciones.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

La administración de empresas es el conjunto de conocimientos y habilidades que permiten dominar, directa o indirectamente, todas las actividades y transacciones de una empresa.

El microempresario, que desarrolla las mismas tareas, en menor escala, no deja por ello de ser un empresario, y como tal, asimilar estos conceptos

El Ciclo Administrativo

Las actividades administrativas cubren cuatro fases o etapas del proceso administrativo:

Proyección: ¿Qué quiero? ¿Con que?

Alineación: ¿Cómo?

Orientación: Ordena

Control: Supervisa

El proceso dependiente se repite una y otra vez, por lo que las etapas conforman el ciclo administrativo. La administración de una empresa surge con la planificación

inicial, se desarrolla hasta llegar a su control, pero no se detiene ahí, sino que se utiliza la información que produce un buen control para volver a planear con lo que se reiniciara el ciclo. Dentro de una buena administración cada administración cada actividad cumple de principio a fin el ciclo del proceso administrativo.

El planteamiento

Algunos empresarios gustan improvisar soluciones a los problemas que va confrontando su empresa. Sin embargo, esta forma de trabajar limita las potencialidades de desarrollo de la empresa.

Las actividades de planificación indican que se logra en la empresa y con qué medios se planea alcanzarlo.

Conoce con claridad los propósitos de la empresa, orienta las actividades del empresario en las cuatro áreas funcionales, reduce el desperdicio de recursos en actividades ineficaces, permite tomar decisiones sobre formas alternas de realizar algunas actividades y elimina los efectos del azar derivados de la imprevisión.

Como se dijo anteriormente, las fases o etapas del proceso administrativo deben iniciarse en la planificación y desarrollarse hasta la fase de control. Esto debe hacerse para cada una de las áreas funcionales de la microempresa. Se presenta los aspectos de planificación que deben considerarse en cada una de las áreas.

La organización

Organizar es el conjunto de actividades que pretenden coordinar los recursos físicos, económicos y humanos, para el logro de los propósitos de la empresa.

Al organizar establecemos un orden. Este orden tiene el propósito de hacer bien el trabajo y aprovechar los recursos para lograr los objetivos de la empresa.

Para que sea adecuada la organización administrativa de las empresas se requiere:

La existencia de un conjunto de recursos físicos, económicos y humanos.

La contabilidad es un transcurso de reconocimiento de los efectos que producen los hechos económicos en la estructura patrimonial de la empresa, actúa captando datos acerca de los flujos económicos y financieros y sus sucesivas

transformaciones, realizadas tanto o como del al interior de la empresa intercambio con el contorno. Dichos flujos y alternativas forman parte del proceso básico vital, conocido como proceso primario o ciclo operacional.

El Asunto primario (ciclo operacional) ha sido definido como “el conjunto secuencial de transformaciones realizadas por la empresa, que tiene por objeto la regeneración de los fondos consumidos en el mantenimiento de su estructura y de los fondos utilizados en esas transformaciones”.

El Transcurso Primario está constituido entonces por una cadena de transformaciones, las cuales tienen cada una sus parámetros de regulación y control. En ella se pueden distinguir subconjuntos de transformaciones que constituyen procesos parciales, siendo la transformación verdaderamente importante para la empresa la transformación de dinero en dinero, y no la transformación de insumos en productos.

El ciclo operacional comienza en un determinado nivel de recursos (efectivos) que tienen su origen en el aporte de los dueños de la empresa han sido proporcionados por terceros, a quienes se les adeudan (denominados en métodos generales los acreedores).

Estos recursos se van transformando durante el ciclo en bienes que constituyen los activos necesarios para desarrollar el giro del negocio, y que al ser vendidos generan nuevos recursos que sirven para recuperar aquellos consumidos en las evoluciones realizadas, en el mantenimiento de la estructura de la empresa; y también para auto-generar otros.

La contabilidad, es una herramienta empresarial que permite el registro y control sistemático de todas las operaciones que se realizan en la empresa, por ende no existe, “La contabilidad tiene diversas funciones, pero su principal objetivo es suministrar, cuando sea requerida o en fechas determinadas, información razonada, en base a registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente público o privado”

La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados, para

que los gerentes a través de ella puedan orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables; permitiendo así conocer la estabilidad, la solvencia de la compañía y la capacidad financiera de la empresa.

Control: Un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.

Compatibilidad: Un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Los clientes.- son los consumidores de los servicios ofertados por las empresas, de ellos depende la existencia de la institución, ya que su aporte económico permite cubrir los costos y gastos a más de permitir una utilidad del ejercicio fiscal, en otras palabras la rentabilidad del negocio. Por lo tanto deben un trato cordial (atención al cliente), la mejor asesoría y oferta de los productos que satisfagan sus necesidades o cubran sus deseos.

Los asesores y colaboradores.- Conforman también el universo de los clientes que reciben los beneficios de la buena estructura empresarial, al decir que son nuestros cliente nos referimos a que ellos también en su momento deben estar convencidos que los productos que ellos ofertan y manejan son ideales y de calidad. No es posible que ellos consuman bienes producidos por los competidores. Entonces para hacer una buena asesoría deben estar capacitados, convencidos y comprometidos con la misión y visión de la empresa. Ejecutar los múltiples valores institucionales. Seguir los objetivos con el sólo propósito de alcanzar el éxito.

La dirección administrativa.- Es la responsable de brindar la posibilidad de obtener y mantener y estrecho vínculo entre los consumidores y los colaboradores de la empresa. Las estrategias y directrices que se deben tomar para conformar un lazo duradero son los objetivos principales de esta dependencia.

Es por tal motivo que las personas responsables de éste departamento deben contar con la debida capacidad, experiencia y madurez para consolidar el buen manejo de las relaciones interpersonales.

Otros servicios y departamentos.- En muchos casos existen empresas que en sus otros departamentos, por ejemplo, contables, financieros, logísticos, de producción, técnico, etc. Se convierten en parte de nuestros clientes, pues ellos también son consumidores de nuestros productos y los aplican en el desarrollo de sus actividades cotidianas. Un ejemplo sencillo es el caso de una ferretería que dentro de su gama de productos maneja la línea eléctrica, entonces a quienes creen que esta empresa les comprarán las lámparas que requieren para alumbran los distintos departamentos Es lógico suponer que ellos mismos serán sus proveedores. Sin embargo parte del proceso contable y comercial es no mezclar los ingresos con los gastos.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Proponer una reingeniería organizacional bien definida para la empresa CAVNETS.A. del cantón Milagro, a través de estrategias administrativas, que direccionen al talento humano a la optimización de las gestiones internas y externas de la empresa.

5.4.2 Objetivos específicos de la Propuesta

- Optimizar la eficiencia y productividad en el que hacer permanente de la empresa.
- Mejorar la posición competitiva del negocio.
- Promover el desarrollo personal y profesional de los empleados, su motivación y adhesión hacia la misión y visión de la empresa.
- Alcanzar niveles de excelencia en la calidad y prontitud con que se atiende al usuario interno como externo.

5.5 UBICACIÓN.

La empresa CAVNET está ubicada en el país Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro, en las calles 10 de Agosto, 24 de Mayo y Simón Bolívar. Las ventajas de la ubicación geográfica es que se encuentra en el centro de este casco comercial.

Figura 1 Mapa de ubicación



FACTIBILIDAD

Factibilidad administrativa: La factibilidad de la propuesta está determinado por el grado de aceptación que presenta en base a los resultados del trabajo de campo realizado, por ello, es necesario realizar una reingeniería administrativa en la empresa CAVNET, la cual contará con herramientas necesarias para optimizar las gestiones internas y externas de la entidad.

Es importante que la empresa, cuente con herramientas necesarias para administrar y evaluar los procesos administrativos y operativos mediante la implementación de manuales de funciones, los mismos que servirán como directriz al encargado de esa área, mejorando las relaciones entre compañeros de trabajo, con el fin de lograr una mejor organización y un ambiente laboral saludable que permita a la organización obtener altos niveles de rentabilidad.

Factibilidad legal

Después del análisis realizado no existe ninguna restricción legal que impida la ejecución de este trabajo, motivo por el cual se permitió el desarrollo de esta propuesta de reingeniería administrativa.

Factibilidad presupuestaria

En lo concerniente a los gastos incurridos en el desarrollo de este proyecto se realizara un detalle de los mismos, con el fin de determinar el costo total que demanda esta clase de trabajos propuestos.

Factibilidad técnica

Se empleará equipos y sistemas de alta tecnología en la digitalización y búsqueda de información concerniente a este trabajo, para así mantener la información de forma oportuna y eficaz en los respectivos análisis que permitirán darle un mejor realce al proyecto propuesto.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Dentro de la descripción de la propuesta se realizara los respectivos manuales de funciones, debido a que la empresa no cuenta con un correcto manual de funciones el cual le permita aprovechar estas herramientas administrativas, así mismo se efectuará los procedimientos a través de flujogramas.

Se elaborara un organigrama estructural para identificar las jerarquías en la empresa CAVNET S.A.

Con el fin de conocer el mercado en el cual se encuentra la empresa se realizara el análisis de las cinco fuerzas de Porter, de esta forma se analizara la competencia,

los clientes entre otros aspectos. También se desarrollara el análisis FODA con sus respectivas estrategias, detallando las fortalezas considerando la implementación de la propuesta. Además del funcionamiento del marketing, en donde se visualizará los diferentes planes promocionales en los cuales la empresa ofrece a sus clientes y futuros clientes.

Figura 2. Logotipo



Misión

“Dar el mejor de los Servicios en el acceso a la información, respaldado con una infraestructura de última tecnología y con un grupo de profesionales altamente capacitados, brindando así a nuestros clientes un servicio de calidad”

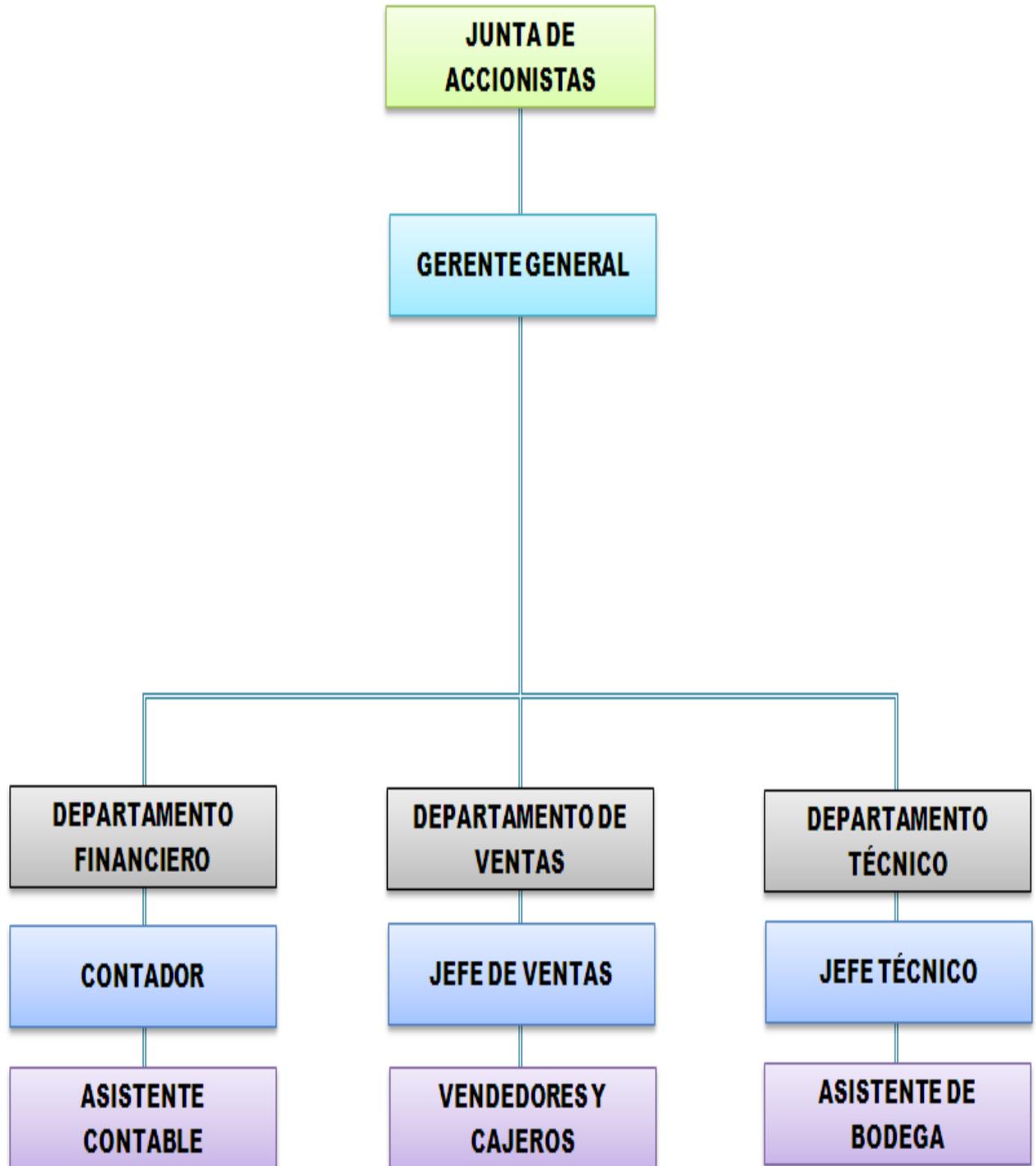
Visión

- Ser el primer proveedor interno de Milagro.
- Que nuestros clientes siempre estén satisfechos con nuestros servicios.
- Que nuestra empresa colabore con la comunidad
- Ser líderes en inversión en equipos tecnológicos

Valores

- SERIEDAD.
- COMPROMISO CON EL CLIENTE.
- PROFESIONALISMO.
- PUNTUALIDAD.
- CALIDAD TOTAL.

Figura 3 Organigrama Estructural



FUNCIÓN DEL CARGO: GERENTE

FUNCIÓN BÁSICA	
Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
• Identificar y Solucionar problemas de los diferentes departamentos.	
• Motivar al Personal.	
• Analizar políticas de Empresa.	
• Evaluar el Rendimiento del empleado en base a lo establecido.	
• Contratar personal.	
• Despedir el Personal.	
• Aprobar Estados Financieros, Registros Contables, Informes, Control de Asistencia de Personal.	
• Realizar Pagos a Proveedores.	
• Elaborar y evaluar las políticas de la empresa.	
PERFIL DEL CARGO	
Edad: 28 a 35 años	
Sexo: Indistinto	
Estado Civil: Indistinto	
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
Educación: Título Universitario de Tercer Nivel de Administración de Empresas o carreras afines.	
Experiencia: 2 años en cargos similares.	

COMPETENCIAS CONDUCTUALES
Iniciativa y talento para los negocios
Modalidad de contacto
Competencia analítica
Pensamiento Estratégico
Trabajo en Equipo
Dinamismo y Energía
Liderazgo

MANUAL DE FUNCIONES DEL CONTADOR

FUNCIÓN BÁSICA	
El contador tiene la responsabilidad de llevar al día los pagos a realizarse dentro y fuera de la microempresa, también de tener al día los estados financieros tales como balance general, estado de perdidas y ganancia, gastos, etc.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
• Aplicación general de NIIF (Normas de Informes Internacionales Financieros)	
• Realización de arqueo de caja quincenal o mensual de la empresa.	
• Revisión y aprobación de rol de pagos y conciliación de cuentas mensuales.	
• Revisión y seguimiento del registro de compras, ventas, y transacciones diarias	
• Se encargara de realizar la debida tributación mensual ante el ente regulador de impuestos (SRI)	
• Ajuste y cuadro de inventario con bodega	
PERFIL DEL CARGO	
Edad: Entre los 25 y 34 años.	
Género: Indistinto.	
Estado civil: Indistinto.	
COMPETENCIA TÉCNICA	
Ser Ing. C.P.A. Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.	
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS	
Manejo de programas básicos de office.	
Manejo de programa de Excel.	
Manejo del programa Minitab	
Leyes y normas que rigen y se aplican al sector de la empresa.	
Herramientas de control contable y financiero.	
Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.	
Capacidad para trabajar en equipo.	

MANUAL DE FUNCIONES DEL ASISTENTE CONTABLE

FUNCIÓN BÁSICA	
Registrar las acciones contables realizadas durante el día, efectuar diligencias durante la jornada de trabajo.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
• Realiza el arqueo de caja diario de la empresa.	
• Presentar reportes con la información de sustento para declaración de impuestos	
• Revisar, verificar y registrar facturas de proveedores y clientes en el sistema contable	
• Calcular y emitir retenciones en la fuente	
• Atender los requerimientos del Contador General	
PERFIL DEL CARGO	
• Edad: Entre los 20 y 30 años.	
• Género: Indistinto.	
• Estado civil: Indistinto.	
COMPETENCIA TÉCNICA	
• Ser estudiante de los primeros años de Universidad en la carrera de C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 1 año en el desempeño de cargos similares.	
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS	
• Manejo de programas básicos de office.	
• Manejo de programa de Excel básico.	
• Conocer acerca de las leyes y normas que rigen y se aplican al sector de la empresa.	
• Poseer excelente actitud de servicio al cliente.	
• Herramientas de control contable y financiero.	
• Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.	
• Debe ser cordial y atento en el trato con los clientes.	
• Capacidad para trabajar en equipo.	

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE VENTAS

FUNCIÓN BÁSICA	
Se encarga de hacer cumplir con el presupuesto de ventas a través de la dirección y supervisión del personal de cobertura de venta.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los puntos estratégicos para efectuar relaciones comerciales con los clientes y futuros clientes de la empresa. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias de publicidad y su ejecución. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Valorar la percepción de la imagen, sus servicios y productos por parte del cliente. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar presupuesto de venta; 	
<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir al logro de los objetivos de volumen de clientes. 	
PERFIL DEL CARGO	
Edad: 25 a 30 años	
Sexo: Indistinto	
Estado Civil: Indistinto	
COMPETENCIAS CONDUCTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> •Calidad del trabajo 	
<ul style="list-style-type: none"> •Compromiso 	
<ul style="list-style-type: none"> •Liderazgo 	
<ul style="list-style-type: none"> •Orientación al cliente externo 	
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
Educación: Estudios Superiores en Marketing o carreras a fines. (Cursando Tercer año en adelante).	
Experiencia: 1 año en cargos similares.	

CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA
Cursos generales:
Word
Excel
Power Point

MANUAL DE FUNCIONES DEL VENDEDOR

FUNCIÓN BÁSICA	
Atender de forma personalizada al cliente para la venta de nuestros productos, brindando siempre buen servicio e imagen.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Establecer un nexo entre Cliente y la empresa.	
Contribuir a la solución de problemas.	
Administrar su territorio o zona de Ventas.	
Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa.	
PERFIL DEL CARGO	
Edad: 18 a 25 años	
Sexo: Indistinto	
Estado Civil: Indistinto	
COMPETENCIAS CONDUCTUALES	
Pensamiento analítico	
Capacidad para aprender	
Dinamismo y Energía	
Productividad	
Responsabilidad	
Modalidad de contacto	
Tolerancia a la presión	
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
Educación: Bachiller o estudios Superiores Marketing o carreras afines.	
Experiencia: No indispensable	

MANUAL DE FUNCIONES DE LOS CAJEROS

FUNCIÓN BÁSICA	
<p>El será la persona responsable de recibir de manera cordial y atenta a los clientes. También de ofrecer un excelente servicio a los usuarios por medio de la asesoría e información del servicio.</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente aplicando todos los principios de servicio establecidos por la administración de la empresa. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para receptar reclamos de los clientes y darles su respectiva solución. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar que el cliente se sienta satisfecho con el servicio. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar la entrega del ticket de la cuenta al cliente e indicarle que se acerque a cancelar en caja. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Indagar sobre la opinión del cliente en cuanto al servicio y producto entregado. 	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Edad: 20 años en adelante 	
<ul style="list-style-type: none"> • Género: Femenino: 	
<ul style="list-style-type: none"> • Estado civil: Indistinto 	
COMPETENCIA TÉCNICA	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de un año en cargos similares. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de educación Tecnóloga en Marketing conocimientos básicos de atención al cliente y de relaciones humanas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos de idioma inglés (opcional). 	
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de higiene y cuidado personal de acuerdo al cargo que desempeña. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los distintos menús que ofrece la empresa. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Empleo de un lenguaje claro y entendible utilizando un léxico adecuado y técnico. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable, amable, paciente, confiable con don de servicio hacia las personas que asisten al negocio. 	

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Deberá tener un estado físico saludable que le permita estar en movimiento durante toda la etapa exigida por su trabajo. |
| <ul style="list-style-type: none">• Ser proactivo en la atención y servicio al cliente, de tal manera que asegure la satisfacción del usuario. |
| <ul style="list-style-type: none">• Facilidad para relacionarse con los clientes y hacerlos sentir importantes. |
| <ul style="list-style-type: none">• Capacidad para trabajar en equipo y tener mente abierta para recibir sugerencias de sus superiores. |

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE TÉCNICO

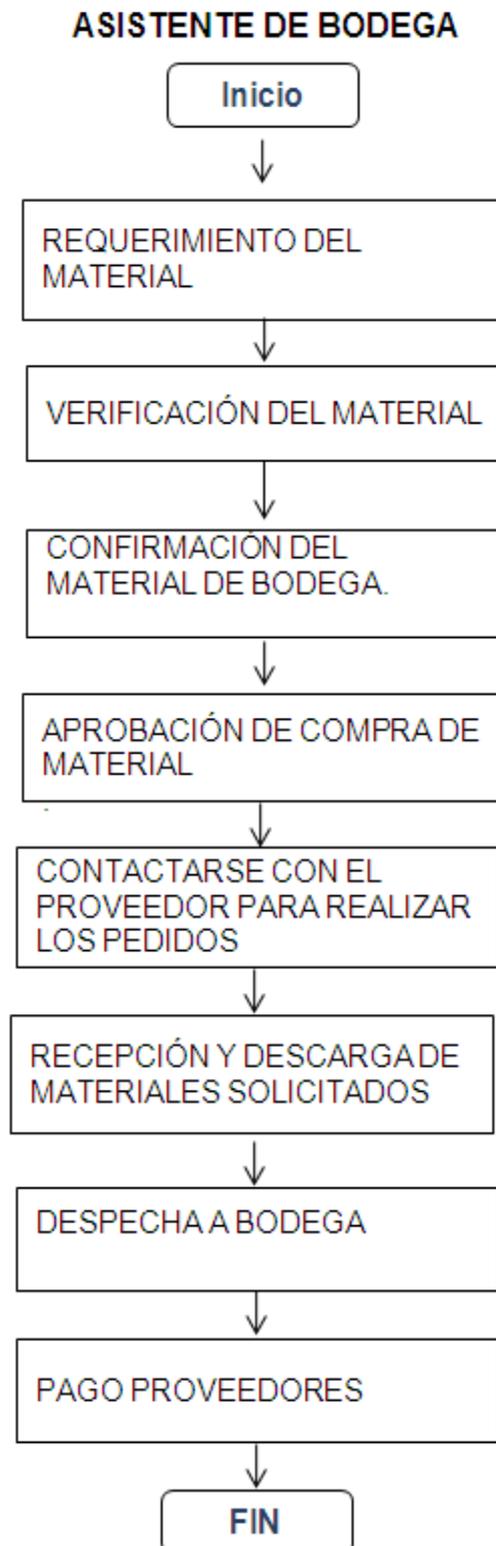
FUNCIÓN BÁSICA	
Es el responsable de vigilar que los equipos comunicacionales estén en buenas condiciones, para así brindar un óptimo servicio.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Controla al personal que realiza las labores de mantenimiento, así como el trabajo de nuevas instalaciones del servicio de internet. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Verifica que las órdenes de mantenimiento se cumplan. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Realiza reporte de las órdenes de trabajo diario. 	
PERFIL DEL CARGO	
Edad: 25 a 35 años	
Sexo: Masculino	
Estado Civil: Indistinto	
COMPETENCIAS CONDUCTUALES	
Calidad del trabajo	
Dinamismo- Energía	
Control	
Trabajo a presión	
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
Educación: Estudios Superiores de ingeniería de telecomunicaciones	
Experiencia: 2 años	

MANUAL DE FUNCIONES DEL BODEGUERO

FUNCIÓN BÁSICA	
Es el responsable de asegurar un stock permanente de productos, despachar y mantener un claro registro de las existencias.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
• Realizar ingreso de la mercadería.	
• Realizar reportes.	
• Entregar mercadería previa autorización del gerente.	
• Solicitar el abastecimiento de la mercadería e insumos.	
PERFIL DEL CARGO	
Edad: 25 a 30 años	
Sexo: Indistinto	
Estado Civil: Indistinto	
COMPETENCIAS CONDUCTUALES	
Calidad del trabajo	
Dinamismo- Energía	
Control	
Confianza en sí mismo	
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
Educación: Estudios Superiores de CPA (Cursando cuarto año en adelante).	
Experiencia: 1 año	

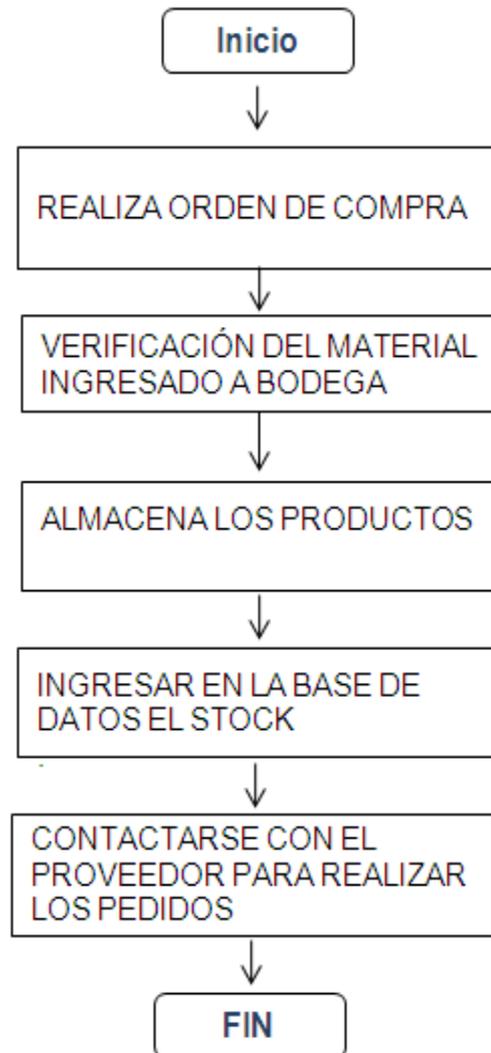
Los procedimientos que mantiene la empresa, son básicos, motivo por el cual se realizan labores repetitivas que disminuyen la operatividad de la empresa.

PROCESOS DE COMPRA



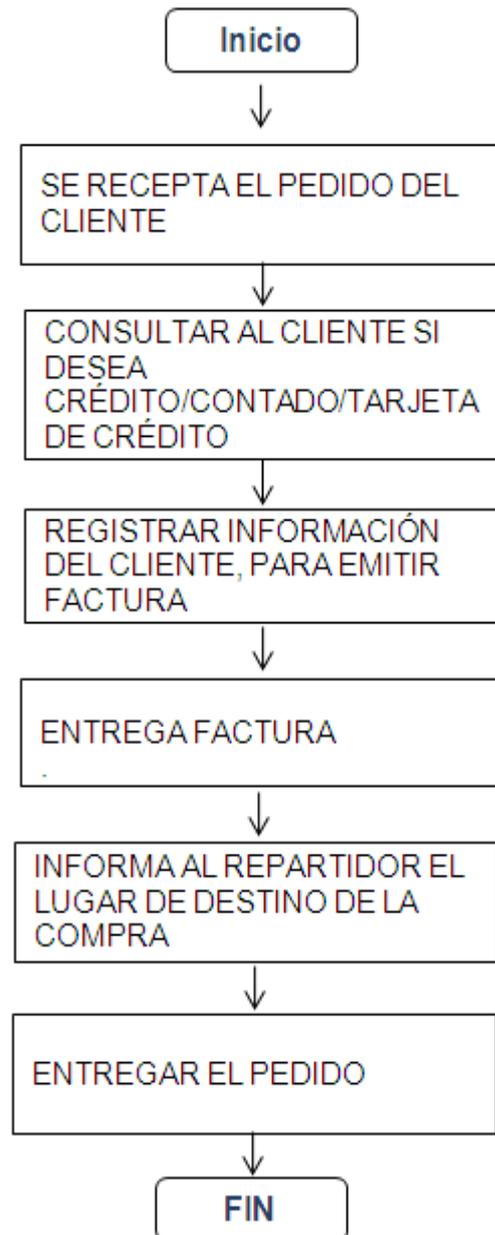
PROCESO DE INVENTARIO

ASISTENTE DE BODEGA

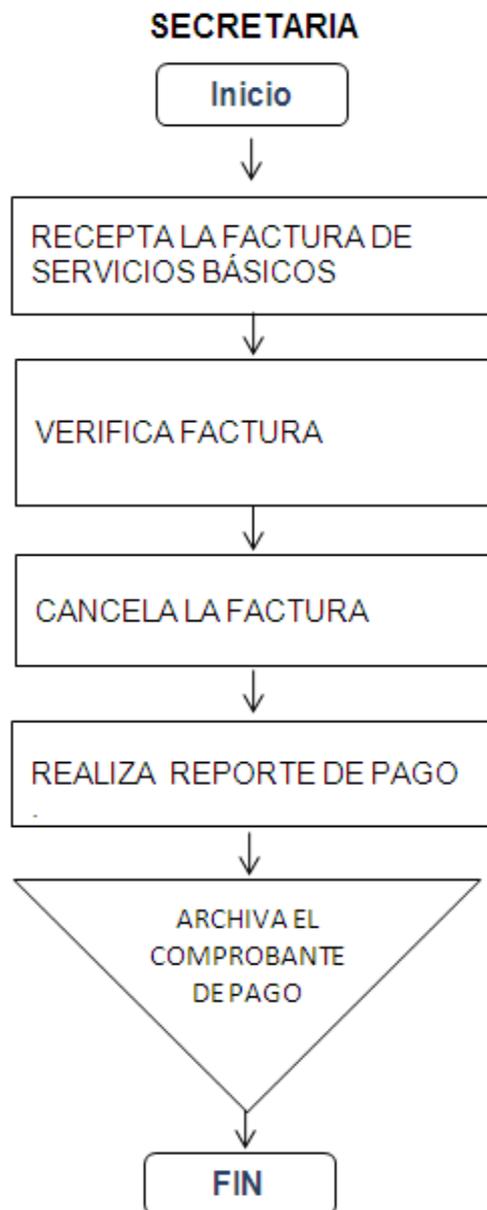


PROCESO DE VENTA

VENDEDOR



PROCESO PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS



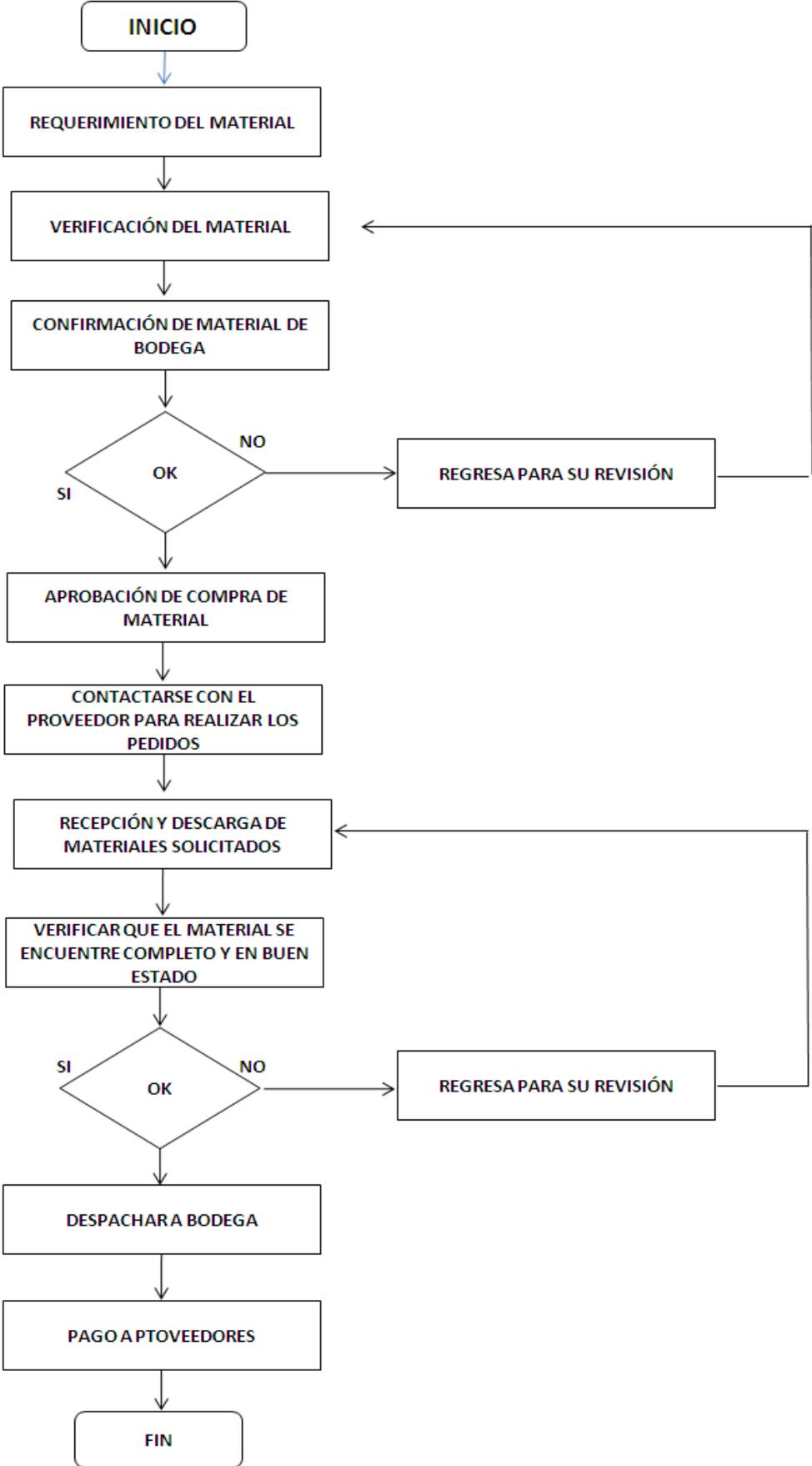
PROCEDIMIENTOS PROPUESTOS

PROCEDIMIENTO DE COMPRAS



ASISTENTE DE BODEGA	
	
•	Requerimiento del material
•	Verificación del material
•	Confirmación del material a bodega
CONTADOR	
•	Aprobación de compra de material
ASISTENTE DE BODEGA	
•	Recepción y descarga de materiales solicitados
•	Verificar que el material se encuentre completo y en buen estado.
•	Se despacha los materiales a bodega
CONTADOR	
•	Pago a los proveedores

PROCESO DE COMPRAS (INVENTARIOS)

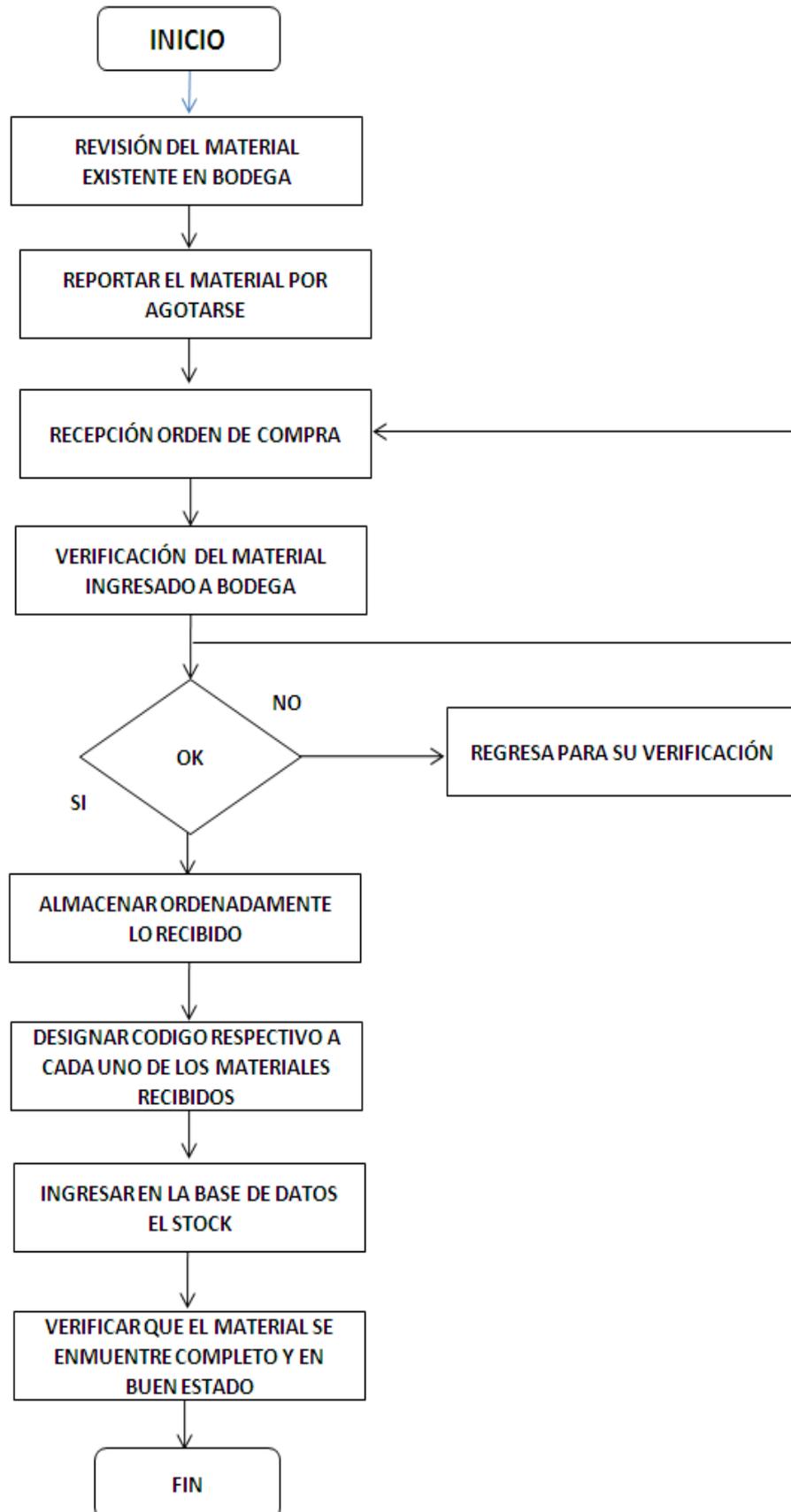


PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE INVENTARIO



ASISTENTE DE BODEGA	
	
•	Revisión del material existente en bodega
•	Reportar el material por agotarse
CONTADOR	
•	Recepción de orden de compra
ASISTENTE DE BODEGA	
•	Verificación del material ingresado a bodega
•	Almacenar ordenadamente lo recibido
•	Designar código respectivo a cada uno de los materiales
•	Ingresar la base de datos el stock
•	Verificar que el material se encuentre completo y en buen estado

PROCESO DE CONTROL DE INVENTARIO

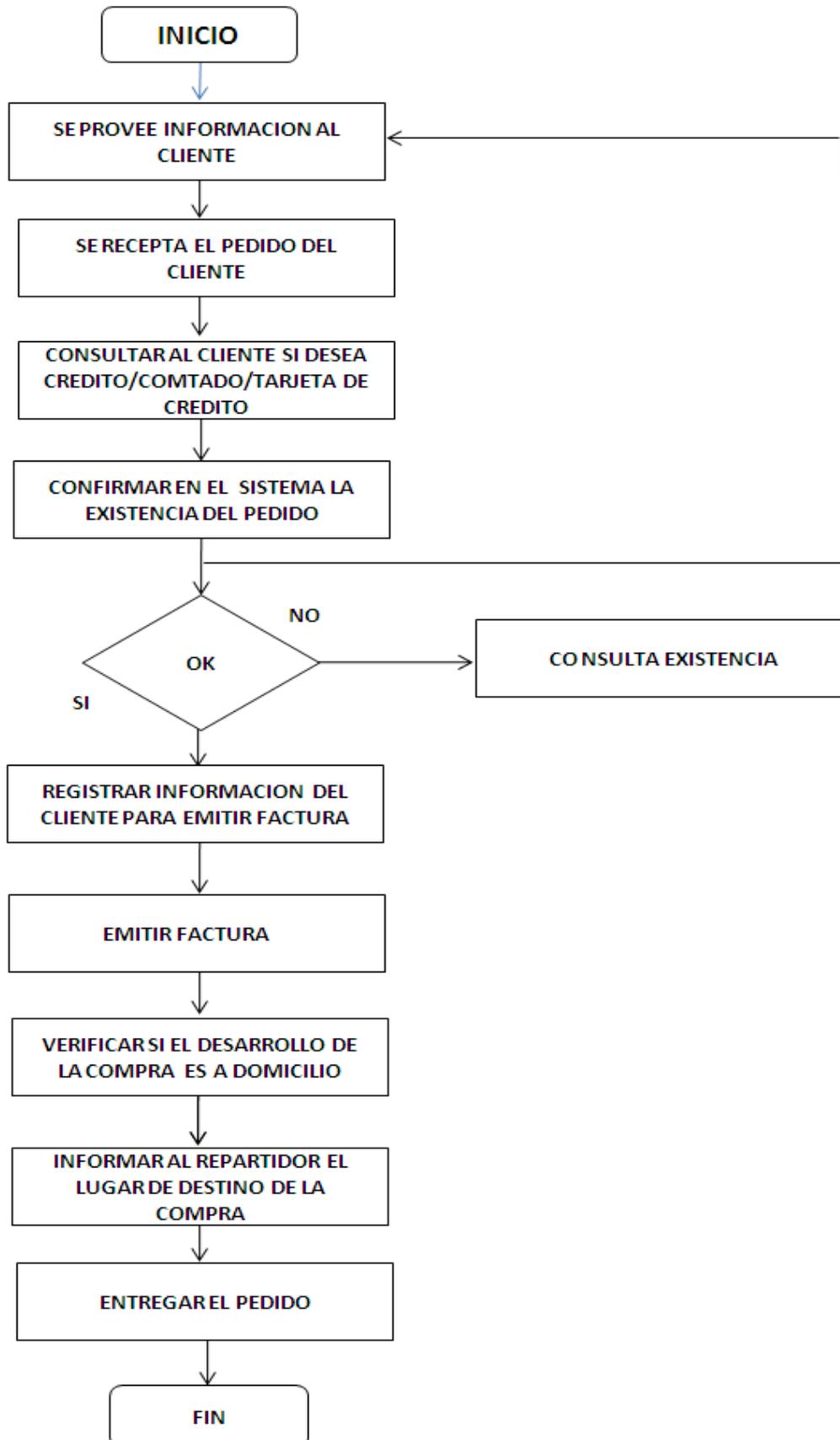


PROCEDIMIENTO DE VENTAS

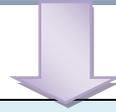


VENDEDOR	
<ul style="list-style-type: none">• Se provee información al cliente	
<ul style="list-style-type: none">• Se receipta el pedido del cliente.	
<ul style="list-style-type: none">• Consulta al cliente si desea crédito/contado/ tarjeta de crédito.	
<ul style="list-style-type: none">• Confirmar en el sistema la existencia del pedido.	
<ul style="list-style-type: none">• Registrar información del cliente para emitir factura.	
CAJERA	
<ul style="list-style-type: none">• Emitir factura	
JEFE DE VENTA	
<ul style="list-style-type: none">• Verificar el desarrollo de la compra es a domicilio.	
VENDEDOR	
<ul style="list-style-type: none">• Informar al repartidor el lugar destino de la compra.	
<ul style="list-style-type: none">• Entrega del servicio	

PROCESO DE VENTA



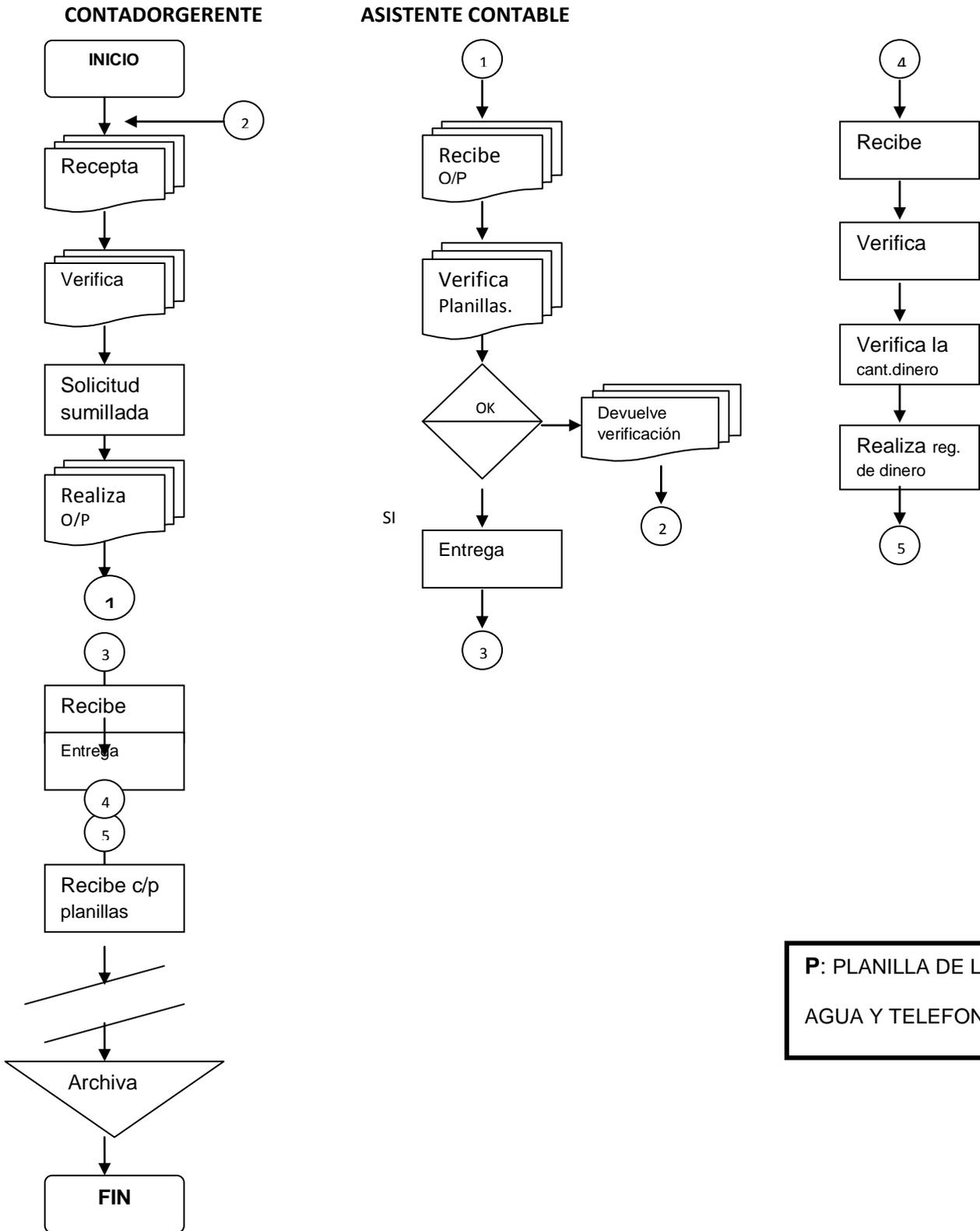
PROCEDIMIENTO PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS



CONTADOR	
	
	<ul style="list-style-type: none">• Recibe el pago a realizar
	<ul style="list-style-type: none">• Verifica la fecha exacta de pago
	<ul style="list-style-type: none">• Sumilla la solicitud de pago de servicios básicos
	<ul style="list-style-type: none">• Realiza orden de pedido
GERENTE	
	<ul style="list-style-type: none">• Recibe orden de pedido
	<ul style="list-style-type: none">• Verifica planillas
	<ul style="list-style-type: none">• Entrega las planillas al contador
CONTADOR	
	<ul style="list-style-type: none">• Recibe las planillas sumilladas
	<ul style="list-style-type: none">• Entrega las planillas al asistente contable
ASISTENTE CONTABLE	
	<ul style="list-style-type: none">• Recibe las planillas
	<ul style="list-style-type: none">• Verifica las planillas
	<ul style="list-style-type: none">• Verifica la cantidad de dinero
	<ul style="list-style-type: none">• Realiza el registro del dinero
CONTADOR	
	<ul style="list-style-type: none">• Recibe el comprobante de pago
	<ul style="list-style-type: none">• Revisa la transacción efectuada por el servicio básico

PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS

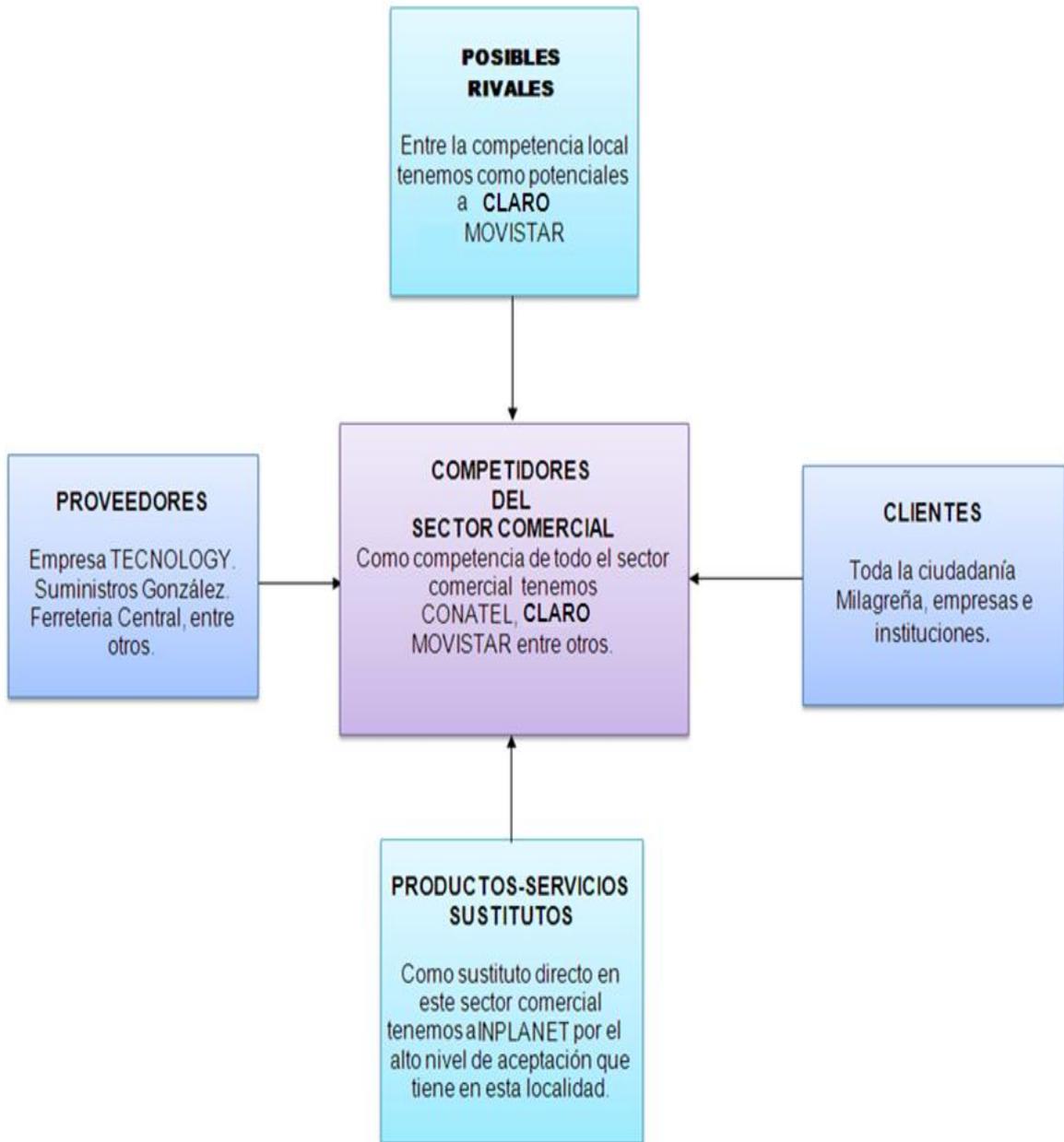
DIAGRAMA DE FLUJO



**P: PLANILLA DE LUZ
AGUA Y TELEFONO**

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Figura 4



Para conocer un poco más sobre los aspectos externos de la empresa CAVNET., se ha aplicado el modelo de las cinco fuerzas competitivas de PORTER, el cual manifiesta que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo en el mercado o en el segmento que se encuentra, la idea es entonces que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos disponibles frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia del sector al que pertenecemos.

Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de un mercado, las cuales son las siguientes:

1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.
2. Rivalidad entre competidores existentes.
3. Amenaza de productos/servicio sustituto.
4. Poder de negación de los compradores/clientes.
5. Poder de negociación de los proveedores.

El identificar de manera correcta estas fuerzas nos permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa a la que pertenece CAVNET S.A., y de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas existentes en el mercado.

ANÁLISIS DEL PERFIL COMPETITIVO DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS.

F1. Amenaza De Entrada De Potenciales Competidores

Se refiere al deseo que tiene una empresa de ingresar o lograr un posicionamiento permanente en el mercado, con el fin de obtener una participación y beneficios del sector. Mantenerse en él, dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores existentes, el mercado o segmento será atractivo si dichas barreras son fáciles o no de atravesar por los nuevos participantes que tienen la intención de apoderarse de un segmento de mercado.

Tales como **PLANET, PORTA, MOVISTAR, CONATEL** entre otros.

A continuación se analiza cada una de las barreras que afectan al sector informático virtual.

1.- Necesidad o inversión en capital

Para la creación o la puesta en marcha de la empresa se requirió una inversión en distintos recursos (infraestructura, equipos, capital de trabajo, publicidad etc.); siendo entonces relativamente difícil entrar en este dicho, sector de la categoría segunda, debido a lo difícil de poder operar en esta actividad; como es la seguridad.

Pero sin embargo no fue imposible, todo dependió de encontrar una buena fuente de financiamiento con una tasa adecuada o mediante la adopción de socios capitalistas que apoyen el emprendimiento del negocio.

2.- Disponibilidad de tecnología

Para iniciar a funcionar la empresa se requirió, disponer de mucha tecnología pero por los avances tecnológicos ya no es imposible poder adquirir las maquinarias necesarias y con facilidad de pago por lo que esta barrera no representó una dificultad para ingresar en este sector o mercado.

3.- Reglamento de leyes

En este sector de la empresa existen leyes restrictivas que dificultó el pronto funcionamiento de la organización, sin embargo, se obtuvo los permisos necesarios para operar.

Como toda actividad lícita que se pretenda realizar, es necesario cumplir con una serie de requisitos que parten desde el trámite de la patente, certificados de salud, permiso del cuerpo de bomberos, hasta el permiso otorgado por la intendencia.

4.- Canales de distribución

Para la distribución del servicio se requiere disponer de una línea de distribución externa o alguna en particular, debido a que la manera de hacer llegar al talento humano donde el cliente lo solicite.

5.- Respuesta esperada por los competidores establecidos

Se refiere a la posible respuesta agresiva que podemos tener de las empresas ya establecidas o posicionadas en el sector o segmento al cual se pretende ingresar. Estas barreras dependen de algunos factores como:

- **Las empresas establecidas tienen recursos para defenderse**

Podemos manifestar que los competidores existentes no fueron obstáculo para la realización de esta inversión, debido a que la mayoría de las empresas corresponde a la primera categoría, además el servicio ofrecido por ellos es diferente al nuestro, y

disponen de muchos recursos financieros, como operativos para establecer una resistencia o hacernos frente en este mercado.

- **Crecimiento del sector es bajo o limitado**

En los últimos años las herramientas virtuales como el internet, están llamando la atención de las de las empresas, instituciones y personas, debido a lo productivo que les resulta contar con esta herramienta informática. Existiendo entonces una oportunidad de negocio que podemos aprovechar y explotar. En consecuencia el sector tiene la capacidad de poder absorber a nuevos participantes.

Cuadro 36 Barreras de entrada

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- POLITICAS DE GOBIERNO		X	
2.- MEJORAMIENTO CONTINUO	X		
3.- CREDIBILIDAD	X		
4.- BAJO COSTO DEL SERVICIO	X	0	
	3	1	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTIPANTES	75%	25%	0%

Las barreras de entrada se muestran con un nivel bajo de afectación con respecto a este servicio en el mercado del cantón Milagro, sin embargo existe una alta competencia que puede mermar la participación de la empresa CAVNET, para ello, es necesario aplicar estrategias de precio, presentación, innovación que llame la atención del cliente y pueda solicitar los diferentes servicios y productos que brinda la organización.

F2. Rivalidad Entre Empresas Competidoras

Esta fuerza consiste en alcanzar una posición de privilegio y de captar la preferencia del cliente entre las empresas rivales. La rivalidad competitiva se intensifica cuando los actos de un competidor afectan a las demás empresas de su sector, haciendo que estas últimas emprendan medidas correctivas para neutralizarlos.

La rivalidad entre competidores puede adoptar distintas formas como competir por precios utilizando otras estrategias competitivas como promociones, descuentos, entre otros a fin de captar más clientes.

En cuanto al marketing, la rivalidad es fuerte cuando no se está satisfecho con la posición en el mercado y se realizan estrategias más agresivas (aumento de publicidad, promover precios especiales), entre otros. Asimismo la intensidad de la rivalidad entre estos competidores depende de varios factores como:

- Número y tamaño de competidores
- Crecimiento del sector
- Diferenciación del producto
- Barreras de salida

A continuación se realiza un análisis de lo antes descrito, pero aplicado a nuestro proyecto:

- **Número y tamaño de los competidores**

Es importante manifestar que en este sector comercial se encuentra situada algunas empresas que brindan el mismo servicio que CAVNET ofrece, demuestra que existe una amplia demanda de esta clase de entidades, por ello, es importante conocer a la competencia y sus intenciones para así neutralizar alguna acción que les permita liderar el mercado.

- **Crecimiento del sector**

Como se lo mencionó anteriormente el sector de las empresas proveedoras de internet está experimentando un crecimiento notable, por lo tanto, la administración de CAVNET está exigida a un mejoramiento continuo en todos sus aspectos, para así volvernos la primera alternativa del servicio de internet en este cantón.

- **Diferenciación del servicio**

El servicio que presta la empresa CAVNET, es netamente profesional, sin embargo, hay que buscarle un valor agregado a través del talento humano y los sistemas informáticos ya que ellos representan la identidad de la organización, por ello, sería importante mantener constantemente capacitaciones para fortalecer las actividades

laborales de la empresa, lograr un óptimo desempeño que nos diferencie de la competencia interna y externa.

- **Barreras de salida**

En la parte legal podemos decir que no existen leyes que obliguen a cerrar la empresa, solo en el caso en que no se cumplan a tiempo con el pago de los permisos e impuestos.

Cuadro 37 Determinantes de la rivalidad

F2 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE	X		
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES		X	
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO	X		
	2	1	1
ANALISIS DE RIVALIDAD	50%	25%	25%

Los determinantes de la rivalidad son nuestros potenciales competidores de quienes no podemos descuidar para que lideren el mercado (venta de internet), una de las herramientas que nos diferenciará de ellos es la calidad que emplearemos; es decir la aplicación de tecnología de punta y sobre todo un talento humano comprometido, con esto optimizaremos los procesos de cada área, para así cubrir con la alta demanda de clientes.

F3. Amenaza de servicios Sustitutos

Hace referencia a la entrada potencial o existencia de empresas que ofrecen esta clase de servicios que pueden desempeñar la misma función o en su caso ser alternativos a los del sector objeto de estudio, es decir pueden llegar a satisfacer de manera similar las necesidades de los clientes, pero difieren en características específicas. En un sector el sustituto del producto o servicio puede imponer un límite a los precios de estos bienes. La disponibilidad de sustitutos origina que el cliente este constantemente comparando calidad, precio, cantidad, beneficio e innovación, esperado frente a los costos cambiantes de los competidores.

El ámbito de la tecnología en su mayoría está enfocado a prestar servicios de internet, además basan su presencia en el mercado a través de una fuerte publicidad. Por tal razón la empresa (CAVNET), debe actuar de una forma inteligente, promocionando a su equipo de trabajo como un talento humano totalmente capacitado y apto para enfrentar cualquier accionar delictivo, así mismo que denuncie su capacidad administrativa y operativa. Todo esto con el propósito de dar a conocer las fortalezas que cuenta esta organización.

Cuadro 38 Servicios sustitutos

F2 SERVICIOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. -PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.-RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO		X	
4.- ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	3	0
AMENAZA DE SUSTITUCION	25%	75%	25%

La amenaza de sustitución se refleja entre bajo a medio, lo cual apunta a incrementar su participación en esta plaza, puesto que pueden brindar servicios adicionales que no se ofrecerá y captar parte importante del mercado, por ello, es importante realizar un estudio constante del comportamiento del consumidor para determinar sus necesidades, exigencias y expectativas.

F4. Poder De Negación De Los Compradores/Clientes

Se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus proveedores, esto se puede originar cuando existe una cantidad de compradores limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor, ya que al no haber mucha demanda de los clientes, ellos pueden exigir precios bajos.

Asimismo es importante mencionar que el poder del cliente depende de varios factores o circunstancias:

- Cuando los clientes se inclinan por los servicios de empresas de otras plazas de mercado.
- Los costos de cambiar de proveedor son bajos.
- Los clientes tienen conocimiento de los costos y precios del servicio ofrecido por el proveedor.

En el sector empresarial de la seguridad, podemos referir que existe una cantidad importante de compradores potenciales que estarían dispuestos a solicitar nuestro servicio, debido al alto movimiento del sector comercial de este cantón. No obstante la empresa está encaminada a ofrecer un servicio diferente que genere satisfacción en las personas, el cual se originará una vez que el cliente nos elija, a pesar de la competencia directa e indirecta.

Cuadro 39 Poder de compra de los clientes

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- SERVICIOS IGUALES			X
2.- IMAGEN CORPORATIVA	X		
3.- EFICASIA EN EL SERVICIO			X
4.- MERCADO AMPLIO			X
	1	0	3
PODER DEL CONSUMIDOR	25%	0%	75%

El poder de los compradores lo tienen los clientes, puesto que en la actualidad existe una alta demanda de esta clase de empresas, que podría captar parte importante del mercado a través de una competencia desleal, es decir aplicando bajos precios, sin embargo, CAVNET se caracteriza por ejercer con estándares de calidad para de esta manera diferenciarse de la rivalidad y afianzar el posicionamiento en el mercado.

F5. Poder De Negociación De Los Proveedores

Se refiere a la capacidad de negociación con que disponen los proveedores sobre sus clientes, por ejemplo, si la cantidad de proveedores es reducida, mayor será su capacidad de negociación, debido a que no existe tantos ofertantes de las herramientas e insumos que necesitan esta clase de empresas, estos pueden incrementar los precios de acuerdo a su conveniencia.

El poder de negociación de los proveedores también se puede dar por las siguientes razones:

- Los productos del grupo de proveedores están diferenciados y el costo de cambiarlos es alto.
- El grupo de proveedores representa una amenaza de integración hacia adelante.
- Cuando el producto que comercializa el proveedor tiene pocos sustitutos y es importante para el comprador.
- Cuando el comprador no representa un cliente importante para el proveedor.

El poder de negociación de los proveedores en el sector de las telecomunicaciones se considera que es relativamente alto y bajo, ya que existen muchos proveedores de los insumos, utilizados por la empresa. Con respecto a suministros, u otros gastos operativos serán obtenidos de empresas situadas en este cantón, ya que existen muchos en el sector por lo que tendrán un mediano poder de negociación.

En cuanto al costo de cambiar de proveedor no es elevado debido a que existe un gran número de los mismos, lo que nos permitirá contar con una gran variedad de abastecedores de donde escoger los insumos de calidad a un buen precio.

Los principales proveedores para la empresa tenemos los siguientes:

- **Suministros González**, este grupo de proveedores son los que proveen a la empresa de suministros de oficina.
- **Empresa TECHNOLOGY**: quienes proveen artículos informáticos.

Cuadro 40 Negociación con los proveedores

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS.		X	
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS			X
	1	2	1
PODER DE LOS PROVEEDORES	25%	50%	25%

Este mercado cuenta con una alta variedad de proveedores, por ello no es una amenaza representativa, sin embargo es importante establecer buenas relaciones para poder acceder a los productos de una forma fácil y en el momento que se lo requiera.

Cuadro 41 Análisis del sector comercial

RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD						
MAGNITUD DE LA EMPRESA	ACTUAL			FUTURO		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
BARRERAS DE ENTRADA	3	1	0	X		
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	3	0		X	
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	3	0	1			X
PODER DE LOS COMPRADORES	1	0	3			X
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	1	2	1	X		
EVALUACION GENERAL	9	9	2		X	

Sector comercial se muestra en crecimiento a futuro, sin embargo la permanencia de la empresa dependerá de la forma como se ejecute cada actividad o proceso, motivo por el cual es importante buscar una innovación constante en el servicio como en la atención a los clientes, con el fin de permanecer en esta plaza de mercado.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación geográfica. • Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores • Alto nivel de rentabilidad • Buena cobertura de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de nómina manual • No contar con infraestructura propia • Poca publicidad de la empresa • No cuenta con un programa de capacitación
OPORTUNIDAD	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mejor prestación del servicio. • Facilidades de pago que brindan los proveedores • Posible creación de sucursales en otras localidades • Programas externos de capacitación a empleados 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad de política de precios de productos. • Presencia de grandes empresas. • Incremento de la inseguridad social • Etapas invernales

Cuadro 42 Estrategia ofensiva

Áreas de Iniciativa Estratégica Ofensiva

Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0

O
P
O
R
T
U
N
I
D
A
D
E
S

- Mejor prestación del servicio.
- Facilidades de pago que brindan los proveedores
- Posible creación de sucursales en otras localidades
- Programas externos de capacitación a empleados

FOCO DE LAS ACCIONES OFENSIVAS

					TOTAL
FORTALEZAS					
Buena ubicación geográfica.	9	9	3	3	24
Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores	9	9	1	1	20
Alto nivel de rentabilidad	9	3	9	9	30
Buena cobertura de mercado.	9	9	9	9	36
TOTAL	36	30	22	22	

Cuadro 43 Estrategia Defensiva

Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva						
<p style="text-align: center;">Alta:9 Media:3 Baja:1 Nula:0</p>	D E B I L I D A D E S	• Sistema de nomina manual	• No contar con infraestructura propia	• Poca publicidad de la empresa	• No cuenta con programas de capacitación	TOTAL
	AMENAZAS					
	Inestabilidad de política de precios de productos.	9	3	9	9	30
	Presencia de grandes empresas.	9	0	9	9	27
	Incremento de la inseguridad social	0	1	0	0	1
Etapas invernales	0	1	3	3	7	
TOTAL	18	5	21	21		

FOCO DE LAS ACCIONES DEFENSIVAS

Cuadro 44 Estrategia FO-FA-DO-DA

“Reingeniería de procesos administrativos en la empresa Cavnet S.A”	FACTORES INTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Buena ubicación geográfica.	Sistema de nomina manual
	Poder de negociación que tiene la empresa con los proveedores	No contar con infraestructura propia
	Alto nivel de rentabilidad	Poca publicidad de la empresa
Buena cobertura de mercado	No cuenta con programas de capacitación	
OPORTUNIDADES	FO	DO
Mejor prestación del servicio.	Establecer buenas negociaciones con los proveedores para poder acceder a los requerimientos que la agencia necesite en cualquier fecha u horario. Además de contar con dos o tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles en la adquisición de las herramientas de trabajo como de los insumos.	Analizar la mejor fuente de financiamiento con una tasa de interés bajo, que le permita a la empresa a cumplir con sus obligaciones.
Facilidades de pago que brindan los proveedores	Óptimizar constantemente el servicio que brinda CAVNET, tanto técnico como administrativo, capacitando al personal para lograr las metas propuestas.	Establecer sucursales en lugares estratégicos para una mejor aceptación en el mercado, acompañado de un servicio de calidad a un mediano plazo, de esta forma se podrá cubrir con gran parte de este sector competitivo del cantón Milagro.
Posible creación de sucursales en otras localidades	Realizar convenidos con las entidades educativas, ofreciendo precios accesibles y un servicio garantizado, establecido largas relaciones con estos entes educativos.	Emplear croquis de ubicación en las publicidades que se utilizarán para dar a donde estará situada la agencia, con el objetivo de que los clientes puedan contactarnos con mayor facilidad.
Programas externos de capacitación a empleados		
AMENAZAS	FA	DA
Inestabilidad de política de precios de productos.	Trabajar a través de presupuestos con el fin de optimizar los recursos, así mismo analizar el mercado, para establecer precios accesibles, donde el cliente se sienta en la capacidad de poder cubrir con este gasto.	Representa una estrategia el contar con una adecuada ubicación geográfica, por ello las sucursales nuevas deben ser ubicadas en plazas comerciales, donde el cliente pueda solicitar con mayor facilidad nuestro servicio.
Presencia de grandes empresas.	Darle un adecuado funcionamiento a las herramientas que posee la empresa, con el propósito de ofrecer el mejor servicio, diferenciándose así de la competencia.	Realizar un plan de estrategias para el buen funcionamiento de la empresa.
Incremento de la inseguridad social	Ante tantas deficiencias que presentan gran parte de la competencia con relación al servicio, es necesario involucrar talento humano calificado que brinde un servicio de calidad y calidez.	Aplicar distintos medios publicitarios para dar a conocer las bondades del servicio, a través de medios publicitarios que se puedan utilizar de forma estratégico, para que la agencia pueda establecerse en este mercado en un corto tiempo.
Etapas invernales	Aplicar estrategias administrativas, operativas y de marketing que fortalezcan las actividades de la empresa, siendo su efecto la fidelización de los clientes.	

5.7.1 Actividades.

Segmentación y composición del mercado

La segmentación y composición del mercado en el cual se encuentra la empresa CAVNET, se ha determinado cuatro factores de gran relevancia que influyen en el comportamiento del sector empresarial al que pertenece esta organización.

- a) Aspecto demográfico : Empresas públicas o privadas e instituciones (cabe recalcar que el comprador es uno de los usuarios del servicio) sexo: masculino y femenino

- b) Aspecto Geográfico: País: Ecuador: Provincia: del Guayas: Ciudad Guayaquil (sin embargo pasarían hacer clientes personas que estén cerca del perímetro urbano).

- c) Aspecto social: Clase social, nuestros clientes corresponden a las clases, media y alta, por ser empresas.

- d) Aspecto económico; clientes o empresas que mantienen un alto grado de rentabilidad, por medio de una actividad comercial y personas que oscilan con sueldos promedios de 300.00 en adelante.

MARKETING MIX

La empresa CAVNET presenta como componentes del Marketing Mix los siguientes:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Estos cuatro elementos están interconectados entre sí con las necesidades de los consumidores.

PRODUCTO/SERVICIO

Se conoce que un producto o servicio es el medio por el cual se puede satisfacer las necesidades del cliente o consumidor. La política o servicio constituye el punto de partida de la estrategia comercial para toda empresa.

En nuestra empresa los servicios de internet y ventas de productos informáticos que ofrece a este segmento de mercado lo mejor a sus usuarios ayudaran a satisfacer las necesidades de los mismos.

En la actualidad las personas exigen un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades para lo cual la empresa CAVNET pondrá a disposición los siguientes servicios y asesorías a nuestros clientes.

Entre los servicios que ofrece la empresa están:

- Servicio de internet con planes de \$ 16.00, \$ 19.00, \$ 20.00, \$ 25.00 y \$55.00.
- Servicio de mantenimiento de computadoras.
- Paquetes empresariales.
- Productos varios como: computadoras, accesorios tecnológicos.

PORTAFOLIO DE SERVICIO



MISIÓN

“Dar el mejor de los Servicios en el acceso a la información, respaldado con una infraestructura de última tecnología y con un grupo de profesionales altamente capacitados, brindando así a nuestros clientes un servicio de calidad”

VISIÓN

- Ser el primer proveedor interno de Milagro.
- Que nuestros clientes siempre estén satisfechos con nuestros servicios.
- Que nuestra empresa colabore con la comunidad
- Ser líderes en inversión en equipos tecnológicos

VALORES

- SERIEDAD.
- COMPROMISO CON EL CLIENTE.
- PROFESIONALISMO.
- PUNTUALIDAD.
- CALIDAD TOTAL.

SEGURIDAD



CCTV-CAMARAS DE VIGILANCIA

SISTEMA DE ALARMAS

CERCAS ELÉCTRICAS – SEGURIDAD PERIMETRAL

SISTEMA BIOMÉTRICO – CONTROL DE ACCESO Y ASISTENCIA

SOFTWARE PARA BLOQUEAR DISPOSITIVOS DE ALMACENAMIENTO USB

Es un sencillo ejecutable (no necesita instalación) que al momento de iniciarse, automáticamente bloquea los dispositivos de almacenamiento que se conecten por los puertos USB. Este software bloquea dispositivos como: Memorias USB ó Pen-drivers, Discos Duros Externos o portables, MP3, Mp4, iPods, etc. No bloquea periféricos como impresoras.

Consta de una interfaz grafica muy básica, con una 'Caja de Texto' para introducir una contraseña, el cual, desbloqueará los dispositivos de almacenamiento USB por un lapso de tiempo de 30 seg. (Esto para que la persona encargada pueda hacer uso de los puertos USB).



SERVIDORES

En Términos Informáticos, un SERVIDOR es una máquina (Ordenador) cuyo propósito es proveer datos de modo que otras máquinas puedan utilizar esos datos.

Un Servidor trabajará de manera única y exclusiva, teniendo total restricción para los Usuarios NO autorizados. Además dotado de la mejor seguridad tanto de Red como de Sistema.

Un Equipo diseñado para trabajar las 24 horas, con alto rendimiento, optimización térmica y aprovechando al máximo todo su potencial Físico (Hardware).



MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE

Proporcionamos asistencia con hardware y software, cualquier tipo de daños o simplemente servicios como diagnósticos o mantenimientos preventivos.

Mantenga en un óptimo rendimiento los equipos de su empresa u hogar, con Antivirus y Sistemas Operativos limpios y actualizados.

Asesorías para mejorar la velocidad de sus equipos y servidores, para estar a la vanguardia del desarrollo tecnológico del área informática actual.

Limpieza de Virus, Spyware y troyanos

Instalación de Software y Hardware.

Mantenimiento.

Configuración de Windows.

Ensamble.

Actualización de PCs.

Configuración de Acceso a Internet.

Optimización de Windows.

Resguardo de Información o copias de Seguridad (Backup)



SERVICIOS PARA EMPRESA

Los Servicios de Mantenimiento de CAVNET ofrecen desde actividades de corrección de Hardware y Software, a actividades de soporte técnico administrado, que proporcionan facilidad, simplificación y optimización de los recursos.

Con un Contrato de Mantenimiento CAVNET, usted protege su entorno de hardware a través de una alta disponibilidad de los equipamientos, minimizando así los riesgos de pérdidas financieras, contables y productivas, asegurando la preservación y óptimo funcionamiento del material informático de su empresa.

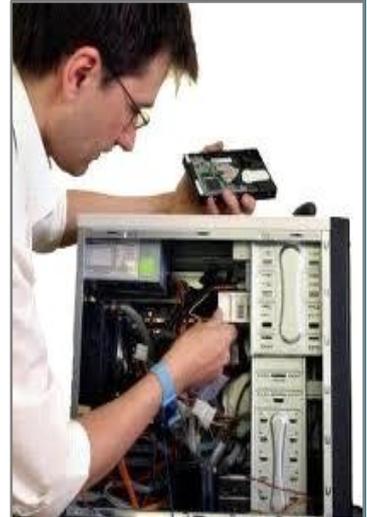
Tanto si es una pequeña empresa como una gran corporación, CAVNET tiene Servicios de

Mantenimiento y Soporte Técnico diseñados para atender a sus necesidades especialmente en

momentos de urgencia vía telefónica, asistencias remotas o presenciales.

Contamos con personal altamente calificado a su completa disposición pendientes de solucionar

todo tipo de caos informático.



SERVICIO PRINCIPAL DE LA EMPRESA

- Servicio de internet con planes de \$ 16.00, \$ 19.00, \$ 20.00, \$ 25.00 y \$55.00.
- Servicio de mantenimiento de computadoras.
- Paquetes empresariales.
- Productos varios como: computadoras, accesorios tecnológicos.

PRECIO

El precio no tiene relación con ninguno de los costos asociados al servicio al que se le fije, sino que debe tener su origen en la cuantificación de los beneficios que el producto/servicio significa para el mercado, y lo que éste esté dispuesto a pagar por esos beneficios.

Toda empresa debe considerar en poner un precio inicial cuando se desarrolla un nuevo producto o se ofrece un nuevo servicio sin perjuicio de lo anterior, para la fijación de los precios se debe tomar en cuenta los precios de la competencia, y los requerimientos de la empresa.

Selección del objetivo de fijación de precios

La empresa decide donde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuánto más claro sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio. Una empresa puede considerar cinco objetivos principales al fijar sus precios.

- Supervivencia
- Participación máxima del mercado
- Captura máxima del segmento superior del mercado
- Utilidades actuales
- Liderazgo en calidad de productos

A continuación se presenta el listado de precios:

Cuadro 45 Lista de precios de nuestros principales productos

DESCRIPCIÓN	PRECIO
ESET NOD32 ANTIVIRUS	33,00
CAM.GENIUS VID. CONF. FACE315 BLISTER	16,00
CAM.GENIUS VID.CONF.FACE320	15,00
CAM. GENIUS VID.CONF.FACE320XGS	15,00
CARD READER USB 2.07 EN 1	4,00
SANSUNG AMD DUAL CORE 1.65, 2GB, 14",DW, WC,W7ST	530,00
DISCO DURO ADATA 1TB CH94 2.5"USB 2.0 BLACK EXT.	131,50

DISCO DURO SEGATE 1TB SATA 7200RPM SEAGATA 1TB SATA 7200RPM	118,00
DISCO DURO SEGATE 1TB SATA 7200RPM SEAGATA 500GB SATA 7200RPM	89,50
DVD SAMSUNG SE- 208AB SLIM 8X USB 2.0 EXTERNO	40,00
DVD-RWRITER LG GH24NS90 22X SATA	25,00
FLASH MEMORY HP 8GB 165W USB	8,00
FLASH MEMORY KINGSTON 16GB DT- 101G2/16GB	13,50
FLASH KINGSTON 8GB DT- 101G2/8GBZ	8,00
FUENTE DE PODER QUASAD 500W 24P	17,50
HEADSET GENIUS GHP 205X PINK	13,00
HEADSET GENIUS HS-02B	6,00
HEADSET GENIUS HS- 04SU SUPPORT MSN, SKYPE	15,00
HEADSET GENIUS HS- 300N	8,50
HEADSET GENIUS HS- 905BT BLUETOOTH	53,00
KIT GENIUS SLIMSTAR 2.4GHZ WIRELESS USB TECLADO/MOUSE	23,00
MICRO- SD ADATA 4GB WITH SD ADAPTER	5,00
MICRO- SD ADATA 8GB WITH SD ADAPTER RETAIL	9,00
MICRO- SD ADATA 16GB WITH SD ADAPTER	16,50
MICRO- SD ADATA 32GB WITH SD ADAPTER RETAIL	32,50
MONITOR SANSUNG 18.5" LS19B150NS LED	139,00
MONITOR AOC 16"1660SW	105,00
MOUSE GENIUS MICRO TRAVELLER USB BLAK	7,00
MOUSE GENIUS TRAVELLER 9000 USB BLUETOOTH	15,00
MOUSE GENIUS XSCROLL USB BLACK	5,00
PARLANTES GENIUS SP- 1300 BLACK	29,00
PARLANTES GENIUS SP- S110 BLACK US	7,50

REGULADOR CDP AVR- 1006 1000VA	13,50
ROUTER WIRELESS QPCOM N QPWR154N	39,50
SWITCH 16 PUERTOS 10/100 BASE- T+ KIT RACK	65,00
TARJETA RED INALAMBRICA DLINK DWA- 125 ADAPTADOR USB	19,00
TECLADO GENIUS KB- 06X USB	8,00
TECLADO GENIUS KMS- U110 MOUSE OPT. PS2 + PARLANTE	21,00
USP CDP 500VA 260 WATTS WITH AVR 6 OUTLETS	49,50
UPS CDP 750V A WITH AVR RJ45 6 OUTLETS	61,00
UPS CDP 900V A RJ11/RJ45 6 OUTLETS	67,50

PLAZA

Es un componente del Marketing Mix de trascendental importancia ya que se define la ubicación de la empresa en un lugar físico para llevar a cabo sus actividades y ofrecer sus servicios facilitando su acceso al consumidor.

La empresa CAVNET está ubicada en el Cantón Milagro, donde alquila un edificio de dos plantas, e la parte baja funciona atención al cliente, departamento de venta, la gerencia, área contable; en la parte de arriba el departamento técnico y la bodega.

Mezcla de la comunicación

Los medios de comunicación que se utiliza para que el mercado conozca con mayor precisión la existencia del producto o servicio son:

- Publicidad
- Relaciones Públicas
- Merchandising

También está la gestión de oferta del producto o servicio por teléfono, los anuncios publicitarios, Internet u otros medios similares.

PUBLICIDAD

La publicidad se realizara por medio de la contratación de espacios comerciales como radio, periódicos, volantes, tarjetas de presentación, dípticos, ofreciendo nuestros servicios a clientes potenciales a través de éstos medios de información.

Radio:

La utilización de las emisoras locales se anunciara los productos/servicios tales como:

ATALAYA: Los días martes, jueves y sábados en horario de 8:00 AM

VOZ DE MILAGRO: Los días lunes, miércoles y viernes en horario de 12:00 PM

Ambas emisoras se efectuará en diferentes meses del año.

De tal manera lograremos que quienes gustan de escuchar las noticias se informen sobre la empresa.

Tarjetas De Presentación:

Por medio de esta forma de publicidad, como son las tarjetas de presentación, se espera captar la atención de la ciudadanía para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran.

La impresión de estas tarjetas será distribuida a en diferentes puntos del cantón Milagro.

Periódicos:

Mediante este medio de comunicación, esperamos darnos a conocer en todo nuestro cantón, ya que periódicos como la prensa "LA VERDAD" tiene una gran acogida en Milagro y sus alrededores.

MERCHANDISING

Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos y/o servicios a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento"

Se utilizará afiches con el logo y slogan de la empresa que serán exhibidos en las paredes de la sala de espera. De igual manera se obsequiará a nuestros clientes artículos tales como: calendarios, bolígrafos y llaveros.

MERCADEO DIRECTO

Hojas Volantes:

Para darnos a conocer más rápido la existencia de la empresa, se repartirá hojas volantes con la finalidad de captar mayor cantidad de clientes.

Figura 4. Volantes



LISTA DE PRECIOS PRODUCTOS

Codigo	Producto	Valor	Iva	Precio Total
ESETNOD32ANTIV	ESET NOD32 ANTIVIRUS	29,47	3,54	33,00
CAMGENFACE315	CAM. GENIUS VID. CONF. FACE 315 BLISTER	14,28	1,71	16,00
CAMGENFACECA320	CAM. GENIUS VID. CONF. FACE 320	13,39	1,61	15,00
CAMGENFACE320X	CAM. GENIUS VID. CONF. FACE 320X GS	13,39	1,61	15,00
CARDREA7E1USB	CARD READER USB 2.0 7 EN 1	3,57	0,43	4,00
COMSAMNPRV415A2	SAMSUNG AMD DUAL CORE 1.65, 2GB, 500GB, 14", DW, WC, W7ST	473,21	56,79	530,00
HDDADA1TBACH94B	DISCO DURO ADATA 1TB CH94 2.5" USB 2.0 BLACK EXT.	117,41	14,09	131,50
HDDSEA1TBSA7200	DISCO DURO SEAGATE 1TB SATA 7200RPM	105,36	12,64	118,00
HDDSEA500GB72SA	DISCO DURO SEAGATE 500GB SATA 7200RPM	79,91	9,59	89,50
DVDSAMSE208AB	DVD SAMSUNG SE-208AB SLIM 8X USB 2.0 EXTERNO	35,71	4,29	40,00
DVDLXGH24NS90	DVD-RWRITER LG GH24NS90 22X SATA	22,32	2,68	25,00
FMEHPX8GBHP165W	FLASH MEMORY HP 8GB 165W USB	7,14	0,86	8,00
FMEKINDT101G216	FLASH MEMORY KINGSTON 16GB DT-101G2/16GB	12,05	1,45	13,50
FMEKINDT101G28G	FLASH MEMORY KINGSTON 8GB DT-101G2/8GBZ	7,14	0,86	8,00
FPOQUA500WATX	FUENTE DE PODER QUASAD 500W 24P	15,62	1,87	17,50
MICGENGHP205XPK	HEADSET GENIUS GHP 205X PINK	11,60	1,39	13,00
MICGENHS02B	HEADSET GENIUS HS-02B	5,35	0,64	6,00
MICGENHS04SU	HEADSET GENIUS HS-04SU SUPPORT MSN, SKYPE	13,39	1,61	15,00
MICGENHS300N	HEADSET GENIUS HS-300N	7,59	0,91	8,50
MICGENHS905BTBL	HEADSET GENIUS HS-905BT BLUETOOTH	47,32	5,68	53,00
KITGENKMSS8000	KIT GENIUS SLIMSTAR 2.4GHZ WIRELESS USB TECLADO/MOUSE	20,53	2,46	23,00
MEMADA4GBSDMICR	MICRO-SD ADATA 4GB WITH SD ADAPTER	4,46	0,54	5,00
MEMADA8GBSDMICR	MICRO-SD ADATA 8GB WITH SD ADAPTER RETAIL	8,04	0,96	9,00
MEMADA16GBSDMIC	MICRO-SD ADATA 16GB WITH SD ADAPTER	14,73	1,77	16,50
MEMADA32GBSDMIC	MICRO-SD ADATA 32GB WITH SD ADAPTER RETAIL	29,01	3,48	32,50
MONSAMLS19B150N	MONITOR SAMSUNG 18.5" LS19B150NS LED	124,10	14,89	139,00
MONAOCE1660SW	MONITOR AOC 16" 1660SW	93,75	11,25	105,00
MOUGENMICTRVUSB	MOUSE GENIUS MICRO TRAVELLER USB BLACK	6,25	0,75	7,00
MOUGENTRV9000BL	MOUSE GENIUS TRAVELLER 9000 USB BLUETOOTH	13,40	1,61	15,00
MOUGENXSRUSBB	MOUSE GENIUS XSCROLL USB BLACK	4,47	0,54	5,00
PARGENSP-I300BK	PARLANTES GENIUS SP-I300 BLACK	25,89	3,11	29,00
PARGENSPS110BK	PARLANTES GENIUS SP-S110 BLACK US	6,69	0,80	7,50
REGCDPB-AVR1006	REGULADOR CDP AVR-1006 1000VA	12,05	1,45	13,50
1414	ROUTER WIRELESS QPCOM N QPWR154N	35,27	4,23	39,50
DLK-DES-1016A	SWITCH L2 16 PUERTOS 10/100 BASE-T + KIT RACK	58,04	6,96	65,00
TREDLKDWA125	TARJETA RED INALAMBRICA DLINK DWA-125 ADAPTADOR USB	16,97	2,04	19,00
KEYGENKB06XUSB	TECLADO GENIUS KB-06X USB	7,14	0,86	8,00
KEYGENKMSPU110K	TECLADO GENIUS KMS-U110 MOUSE OPT. PS2 + PARLANTE	18,75	2,25	21,00
UPSCDPG-UPR506	UPS CDP 500VA 260 WATTS WITH AVR 6 OUTLETS	44,20	5,30	49,50
UPSCDPG-UPR756	UPS CDP 750VA WITH AVR RJ45 6 OUTLETS	54,46	6,54	61,00
UPSCDPG-UPR906	UPS CDP 900VA RJ11/RJ45 6 OUTLETS	60,27	7,23	67,50

Sistema de Seguridad IP & CCTV

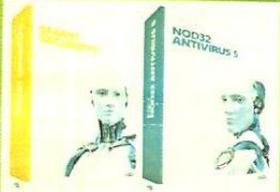
Camaras Tipo:

- IP
- Mini
- Tubo
- Domo
- DVR 4, 8, 16 Camaras



Descuentos a nuestros clientes...

ANTIVIRUS



NOD32 (1 Lic.) **\$33,00**
NOD32 (3 Lic.) **\$65,90**

ALMACENAMIENTO



MicroSD 4GB **\$5,00**
MicroSD 8GB **\$9,00**
MicroSD 16GB **\$16,50**
MicroSD 32GB **\$32,50**



Flash Memory 8GB **\$8,00**
Flash Memory 16GB **\$13,50**



Disco Duro 500MB **\$89,50**
Disco Duro 1000MB **\$118,00**



Disco Duro 1TB USB 2.0 Externo **\$131,50**

LECTORES



DVDRWriter LG SATA 22x **\$25,00**



DVDRWriter Samsung Slim Portatil **\$40,00**



Lector de Memorias Todo en 1 USB 2.0 **\$4,00**

AUDIFONOS



Genius Headset HS-300 **\$6,00**



Headset HS-905 Bluetooth **\$53,00**

MOUSE - TECLADOS - PARLANTES



Mouse USB Bluetooth **\$15,00**



Mouse XScroll USB **\$5,00**
Mouse Traveller USB **\$7,00**



Teclado KB-06X USB **\$8,00**



Teclado Mouse Wireless **\$23,00**



Parlantes SP-S110 USB **\$7,50**



Parlantes Reproductor Musica USB **\$29,00**

COMPUTADORAS



Proc.: AMD Dual Core 1.65Ghz
Pantalla: HD Led 14" 1366x768
Ram: 2 GB DDR3 1066 Mhz.
Tarjeta Grafica: ATI Radeon
Disco Duro: SataII 500GB
Camara Web Integrada
DVD: Multi Dual Layer
Windows 7 Starter

\$530,00



Procesador Intel 2.9 Ghz 3MB
Pantalla: HD Led 16" 1366x768
Disco Duro: 500GB 7200 RPM
Ram: 4GB DDR3 1333 Mhz.
Camara Web Vid. Conf.
DVD: Multi Dual Layer
Lector de Memorias
Headset, Palantes
Teclado, Mouse

\$446,88

INALAMBRICO



Router Inalambrico QP-WR154N **\$39,50**



Adaptador Usb Wifi 150mbps **\$19,00**



Monitor AOC 16" LED **\$105,00**



Monitor Samsung 18.5" LED **\$139,00**

UPS REGULADOR



UPS CDP 500VA **\$49,50**



UPS CDP 750VA **\$61,00**



UPS CDP 900VA **\$67,50**

Visitenos en Milagro: 10 de Agosto 523 entre Pedro Carbo y Bolívar
Contáctanos al: 2972531 - 2711086 - 2712334 Escríbenos: ventas@cavnet.net.ec

Trípticos:

Los clientes que visiten nuestras instalaciones se les entregaran trípticos con el propósito de captar su interés e incentivarlos a utilizar los productos/servicios.

RELACIONES PÚBLICAS

Tomando en cuenta que la parte importante de la ciudadanía no conoce de la existencia de nuestra empresa en el mercado, es necesario poder al selecto talento humano a disposición del público los mismos que ofrecerán charlas gratuitas de los diferentes servicios y asesorías la cual se contestaran dudas e inquietudes de los presentes.

PROMOCIÓN

Es la estrategia que da a conocer una serie de incentivos con el fin de provocar ventas inmediatas, la misma que deberá ser innovadora y agresiva de tal manera que neutralice y, de ser posible, supere a la de los competidores. El mercado actual cada vez es más competitivo; exige gran capacidad de creatividad y habilidad para promocionar los servicios.

La empresa utilizará la siguiente promoción:

Promoción Interna

Esta se otorgará al personal de la firma, la cual consistirá en una comisión basada en el número de nuevos clientes que se logre captar.

Promoción Externa

Tipo Exhibidor

Se ubicará un stand una vez por mes durante un semestre la cual será ubicada en lugares estratégicos y ofreceremos descuentos especiales por contrato de servicio.

Premios por Captación

Se otorgarán premios de incentivos a los clientes que consigan nuevos potenciales, también se le informara a los clientes que ayuden a incrementar la cartera de clientes se les sortearan premios agradables a las expectativas del cliente.

Así, para fortalecer nuestra imagen y demostrar la capacidad y calidad de nuestro personal se otorgarán descuentos a nuestros clientes en los diferentes servicios que brinda la empresa CAVNET S.A.

Dentro de las actividades para posibilitar la propuesta se ha realizado las siguientes actividades:

- 1.- Solicitud a la gerencia de la empresa CAVNET la Autorización para la realización de esta propuesta.
- 2.- Se procedió a visitar cada departamento para identificar la problemática planteada.
- 3.-Se realizó un detalle sobre las situaciones críticas encontradas en los departamentos que conforman la empresa.
- 4.-Se escogió la herramienta investigativa de auditoría (encuesta) para obtener información directa del talento humano de la empresa.
- 5.- Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida al talento humano de la empresa.
- 6.- Recopilación de la información.
- 7.- Se tabula la información.
- 8.- Análisis los resultados.
- 9.-Propone la implementación de la propuesta
- 10.- Implementación de la Propuesta

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.

Cuadro 46 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
2	ESCRITORIO	350,00	700,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	60,00	120,00
2	ARCHIVADOR	100,00	200,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1.020,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	EQUIPO DE COMPUTACION	500,00	500,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	170,00	170,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		670,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			1.690,00

Cuadro 47 Depreciación de activos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	1.020,00	10%	8,50	102,00
EQUIPO DE COMPUTACION	670,00	33%	18,43	221,10
TOTAL	1.690,00		26,93	323,10

Cuadro 48 Inversión del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MANUAL DE FUNCIONES	600,00
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	600,00
ORGANIGRAMA	50,00
FILOSOFÍA CORPORATIVA	100,00
PLAN PUBLICITARIO	500,00
CAPACITACIONES AL PERSONAL	1600,00
MUEBLES Y ENSERES	1020,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	670,00
TOTAL DE LA INVERSION	5140,00

Cuadro 49 Financiamiento

FINANCIACION DEL PROYECTO		
Financiamiento	80%	4.112,00
Aporte propio	20%	1.028,00
		5.140,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	15%	0,15
		0,15

Cuadro 50 Tabla de amortización mensual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				4.112,00
1	68,53	51,40	119,93	4.043,47
2	68,53	51,40	119,93	3.974,93
3	68,53	51,40	119,93	3.906,40
4	68,53	51,40	119,93	3.837,87
5	68,53	51,40	119,93	3.769,33
6	68,53	51,40	119,93	3.700,80
7	68,53	51,40	119,93	3.632,27
8	68,53	51,40	119,93	3.563,73
9	68,53	51,40	119,93	3.495,20
10	68,53	51,40	119,93	3.426,67
11	68,53	51,40	119,93	3.358,13
12	68,53	51,40	119,93	3.289,60
	666,40	499,80	1.166,20	

Cuadro 51 Tabla de amortización anual

FINANCIAMIENTO (ANUAL)				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				4.112,00
1	822,40	616,80	1.439,20	3.289,60
2	822,40	493,44	1.315,84	2.467,20
3	822,40	370,08	1.192,48	1.644,80
4	822,40	246,72	1.069,12	822,40
5	822,40	123,36	945,76	-
	4.112,00	1.850,40	5.962,40	

Cuadro 52 Flujo de caja

"EMPRESA CAVNET "							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	123.600,00	133.488,00	144.167,04	155.700,40	168.156,44	725.111,88
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		123.600,00	133.488,00	144.167,04	155.700,40	168.156,44	725.111,88
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	5.140,00		-	-	-	-	-
GASTO ADMINISTRATIVOS	-	77.568,34	80.671,07	83.897,92	87.253,83	90.743,99	420.135,15
GASTO DE VENTAS	-	2.340,00	2.404,80	2.472,19	2.542,28	2.615,17	12.374,44
GASTOS GENERALES	-	2.760,00	2.870,40	2.985,22	3.104,62	3.228,81	14.949,05
GASTOS OPERACIONALES		31.200,00	32.448,00	33.745,92	35.095,76	36.499,59	168.989,26
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1.318,76	2.141,58	3.055,89	4.103,28	5.226,53
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1.718,79	2.669,83	3.809,68	5.115,42	6.515,74
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	5.140,00	113.868,34	121.431,83	127.912,66	134.862,07	142.306,25	628.190,17
FLUJO OPERATIVO	-5.140,00	9.731,66	12.056,17	16.254,38	20.838,34	25.850,18	84.730,74
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO		4.112,00	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	-	4.112,00					
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	822,40	822,40	822,40	822,40	822,40	4.112,00
PAGO DE INTERESES	-	616,80	493,44	370,08	246,72	123,36	1.850,40
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	1.439,20	1.315,84	1.192,48	1.069,12	945,76	5.962,40
FLUJO NETO NO OPERATIVO	-	2.672,80	-1.315,84	-1.192,48	-1.069,12	-945,76	-1.850,40
FLUJO NETO	-5.140,00	12.404,46	10.740,33	15.061,90	19.769,22	24.904,42	82.880,34
SALDO INICIAL	1.028,00	-	12.404,46	23.144,79	38.206,70	57.975,91	131.731,86
FLUJO ACUMULADO		12.404,46	23.144,79	38.206,70	57.975,91	82.880,34	

En el flujo de caja reflejamos los movimientos de efectivo realizados en la empresa. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

El flujo de caja demuestra en el año cero la inversión \$ 5140,00 del proyecto, la misma que fue financiada en un 80% con un preste bancario, generándose un pago mensual y anual del capital e interés durante 5 años.

Cuadro 53 Balance general

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	12.404,46	23.144,79	38.206,70	57.975,91	82.880,34
CUENTAS POR COBRAR	8.032,50	8.434,13	8.855,83	9.298,62	9.763,55
INVENTARIO					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	20.436,96	31.578,92	47.062,53	67.274,54	92.643,89
ACTIVOS FIJOS	24.079,19	25.769,19	25.769,19	25.769,19	25.769,19
DEPRECIAC. ACUMULADA	11.569,32	11.892,42	11.892,42	11.892,42	11.892,42
TOTAL DE ACTIVO FIJO	12.509,87	13.876,77	13.876,77	13.876,77	13.876,77
TOTAL DE ACTIVOS	32.946,83	45.455,69	60.939,30	81.151,31	106.520,66
PASIVO					
CORRIENTE					
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	1.318,76	2.141,58	3.055,89	4.103,28	5.226,53
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	1.718,79	2.669,83	3.809,68	5.115,42	6.515,74
CUENTA POR PAGAR	20.865,47	22.957,10	23.701,90	24.246,69	24.813,62
PRESTAMO	3.289,60	2.467,20	1.644,80	822,40	-
TOTAL PASIVO	27.192,62	30.235,71	32.212,27	34.287,79	36.555,89
PATRIMONIO					
UTILIDAD DEL EJERCICIO	5.754,21	9.465,77	13.507,04	18.136,49	23.101,25
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	5.754,21	15.219,98	28.727,03	46.863,52
TOTAL PATRIMONIO	5.754,21	15.219,98	28.727,03	46.863,52	69.964,77
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	32.946,83	45.455,69	60.939,30	81.151,30	106.520,66

Con la implementación de esta propuesta se ha proyectado una disminución del 5% de las cuentas por cobrar, lo cual demuestra un crecimiento del 5% anual a partir del año 2013.

5.7.3 Impacto

La empresa CAVNET S.A. Una vez realizada la Reingeniería de procesos administrativos será objeto de beneficios que logrará potencializar su participación en el mercado, proyectándose al futuro como una empresa líder en esta actividad.

A continuación se detallara los siguientes beneficios:

- La Reingeniería en la empresa CAVNET causara un impacto beneficioso para la operatividad de la empresa, empezando con la inducción del talento humano en la aplicación de los manuales, esto será un factor relevante para optimizar las actividades administrativas y financieras de la empresa, logrando así un ambiente laboral agradable que motive al personal a comprometerse con cumplimiento de la entidad.
- La optimización de las gestiones internas de la empresa CAVNET, permitirá que el servicio se lo realice con mayor eficiencia y eficacia, de esta forma se satisfacer las expectativas de los usuarios, logrando en un corto tiempo incrementar su cartera de clientes.
- A nivel económico se incrementaran los ingresos de CAVNET, lo cual le permitiría ampliar sus horizontes, y situarse en puntos estratégicos del cantón con el fin de captar gran parte de este mercado y así mostrarse ante la competencia como un fuerte rival.
- Con el desarrollo empresarial se podrán abrir nuevas plazas de trabajo para el sector profesional al desempleado, de esta forma de contribuirá al crecimiento de la economía de este cantón progresista.

5.7.4 Cronograma.

N	ACTIVIDADES	DURACION	COMIENZO	FIN	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
1	Solicitud a la gerencia de la empresa CAVNET la Autorización para la realización de esta propuesta.	2 DÍAS	JUEV 5/09/2013	LUN 9/09/2013	[Barra de resumen del proyecto]		
2	Se procedió a visitar cada departamento para identificar la problemática planteada.	7 DÍAS	MART 10/09/2013	JUEV 19/09/2013	[Barra de división]		
3	Se realizo un detalle sobre las situaciones críticas encontradas en los departamentos que conforman la empresa.	1 DÍA	VIER 20/09/2013	VIER 20/09/2013			
4	Escogió la herramienta investigativa para obtener información directa del talento humano de la empresa.	4 DÍAS	LUN 23/09/2013	VIER 27/09/2013			
5	Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida al talento humano de la empresa.	5 DÍAS	LUN 30/09/2013	MART 1/10/2013			
6	Recopilación de la información.	3 DÍAS	MIER 2/10/2013	VIER 4/10/2013			
7	Se tabula la información.	3 DÍA	LUN 7/10/2013	MIER 9/10/2013			
8	Análisis los resultados.	4 DÍAS	JUEV 10/10/2013	MIER 16/10/2013			
9	Propone la implementación de la propuesta.	7 DÍAS	JUEV 17/10/2013	MIER 29/10/2013			
10	Implementación de la Propuesta.	1 DÍA	JUEV 30/10/2013	JUEV 30/10/2013			

PROYECTO "Reingeniería de procesos administrativos en la empresa Cavnet S.A	TAREA [Barra azul] DIVISIÓN [Barra azul con puntos] PROGRESO [Barra gris]	HILO [Barra negra con triángulo] RESUMEN [Barra negra con triángulo] RESUMEN DEL PROYECTO [Barra negra con triángulo]	TAREAS EXTERNAS [Barra gris] HILO EXTERNO [Barra gris] FECHA LIMITE [Flecha verde]
---	--	--	---

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Dentro del lineamiento se establecerá lo que se conseguirá con esta propuesta.

- El talento humano contara con las debidas herramientas para realizar un buen trabajo, siendo estos manuales de procedimientos y funciones.
- Tendrán un adecuado tratamiento de la información a través de una adecuada comunicación organizacional.
- Incrementará los niveles de rentabilidad de la empresa, puesto que optimizara el servicio al cliente.
- Ser una empresa competitiva a la par con organizaciones que tienen un posicionamiento respetable en el mercado.
- Agradable ambiente de trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Capacitaciones continuas para lograr compromiso del talento humano con los objetivos de la empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Las conclusiones de este trabajo se lo ha inclinado acorde a los resultados del proceso de encuesta, lo cual consiste en:

- Dentro del estudio investigativo se pudo conocer que el talento humano no conoce realmente sus tareas específicas, motivo por el cual las actividades internas han afectado el ambiente laboral, es decir; que existe individualismo y poco trabajo en equipo.
- Muchas de las deficiencias en las actividades laborales se presentan por la falta de capacitaciones al talento humano, el cual se orienta por los conocimientos que tiene, por lo tanto su esfuerzo es limitado a pesar de la alta actividad que mantiene esta empresa.
- El nivel de satisfacción por parte del talento humano y los clientes esta en nivel medio, información que se pudo obtener a través del proceso de encuesta, esto demuestra que la empresa no está satisfaciendo las expectativas de ellos.

RECOMENDACIONES

- Es importante que se ponga en práctica los manuales de funciones que se realizó en este proyecto, para así evitar el desconocimiento del talento humano sobre las tareas específicas que debe ejecutar y a su vez un ambiente laboral hostil. La aplicación de este manual permitirá socializar el área de trabajo y por ende el trabajo de equipo.
- Para bienestar de la empresa es necesario que se realice capacitaciones constantes es decir por lo menos trimestral, donde el talento humano debe ser ilustrado en cada uno de los procesos a realizar, de esta forma de mantendrá un control de las gestiones internas y externas de la empresa.
- Con todo lo antes concluido lo recomendable sería que se realice la Reingeniería de la empresa CAVNET S.A. tomando para su efecto este proyecto el cual cuenta con las herramientas idóneas para corregir las deficiencias que presenta actualmente esta entidad.

BIBLIOGRAFÍA

AKTOUF, O. (2001). *LA ADMINISTRACIÓN: ENTRE TRADICIÓN Y RENOVACIÓN*. Cali: Universidad del Valle. Editorial, Gaetan Moerin.

Amit, R. (1997). *CHARLA DE INTRAEMPRESARIO*. Conferencia Internacional. Sydney, Australia.

AQUINO, Jorge y Arecco, Marcelo J. *RECURSOS HUMANOS. BUENOS AIRES:* Ediciones MACCHI, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*. México, Mc Graw-Hill, 1998.

MONDY, R. Wayne y Noe, Robert M. *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. México, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., 1997.

PORTER, Michael. *ESTRATEGIA COMPETITIVA*. Compañía Editorial Continental, 1995

ZAMORA Miguel Ángel. *TEMÁTICA ESTUDIANTIL*. Editorial: Copyright

JUMBOL, Franchesco: *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Tercera

VILLALBA Carlos. *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.

MONREAL José Luís. *DICCIONARIO OCÉANO UNO COLOR*, Editorial Océano Grupo Editorial S.A. , año 2008.

KOONTZ HAROLD. *ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Mc Graw Hill. Año 1999.

LINFONGRAFÍA

ALTO NIVEL. 14 PRINCIPIOS DE FAYOL PAR AUNA ADMINISTRACION EFICIENTE.

Recuperado el 20 de Noviembre de 2012, <http://www.altonivel.com.mx/19059-los-14-principios-de-henry-fayol-para-una-administracion-eficiente.html>

BIBLIOTECA VIRTUAL. PROBLEMAS FINANICEROS EN LAS EMPRESAS.

Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/426/PROBLEMAS%20FINANCIEROS%20EN%20LAS%20MPYMES%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20CELAYA%20OBJETIVO.htm>

BLOG, E. LA ANTROPOLOGÍA. Recuperado el 16 de Junio de 2012, <http://psicologia-educativa.espacioblog.com/post/2008/11/28/la-andragogia-clase-asistida-n-9>

BLOGSPOT. ESTRATAEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN DE LA EMPRESA. Recuperado

el 12 de Noviembre de 2012, <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-diversificacion-de-la.html>

COM, M. R. (23 de Febrero de 2009). QUE ES LA INFORMACIÓN. Recuperado el 19 de Julio de 2012, de QUE ES LA INFORMACIÓN: <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-informacion.html>

CONOCIMIENTOWEB.NET. LA DIVISA DEL NUEVO MILENIO. Recuperado el 16 de Junio de 2012,

<http://www.conocimientosweb.net/portal/html.php?file=cursos/curso0011.htm>

CRECE NEGOCIOS. PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCION DE PERSONAL. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012,

<http://www.crecenegocios.com/el-proceso-de-reclutamiento-y-seleccion-de-personal/>

DEGUATE.COM. ANÁLISIS FODA. Recuperado el 15 de Octubre de 2012,

<http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>

DOCUMENTACIÓN COOPERACIÓN. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL

ECUADOR. Recuperado el 13 de Octubre de 2012,

http://www.documentacooperacion.org/index.php?option=com_content&view=article&id=318&Itemid=203

DURAN. LAS NIIF. Recuperado el 23 de Noviembre de 2012, http://safi-software.com.ec/pdf/NIIF_2010.pdf

ESTRELLA AROCA, A. G. Reestructuración orgánica del centro de transferencia y desarrollo tecnológico CTT ESPE-CECAI. Recuperado el 14 de Junio de 2012, <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/239>

FRIGO, E. (12 de Junio de 2011). QUE ES LA CAPACITACIÓN. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

GERENCIE.COM. (3 de Julio de 2007). CONCILIACIÓN BANCARIA. Recuperado el 13 de Noviembre de 2012, <http://www.gerencie.com/conciliacion-bancaria.html>

Jennifer, D. S. TEORIAS DE LA INFORMACIÓN. Recuperado el 7 de Junio de 2012, <http://www.rinconpsicologia.com/2009/02/diccionario-de-psicologia-t.html>

NECTILUS. LEY DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, <http://www.nectilus.com/colin/?p=524>

RAMOS, F. R. LA IMPORTANCIA DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, <http://blog.pucp.edu.pe/item/95532/la-importancia-del-manual-de-organizacion-y-funciones>

TOSCANO, M. A. LA ATENCIÓN AL CLIENTE. Recuperado el 11 de Noviembre de 2012, http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf

WEB MASTER. PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de http://www.conquito.org.ec/prueba/index.php?option=com_content&view=article&id=117%3Astep-by-step&catid=40&Itemid=196

ANEXOS

ANEXO 1 MODELO DE ENCUESTA Y ENTREVISTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Se realizara una encuesta dirigida al talento humano de la empresa como a sus clientes

1.- Considera que la administración en la empresa es:

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Pésima

2.- ¿Cree usted que la empresa actualmente se muestra competitiva ante los demás proveedores que ofrecen servicio de internet en la ciudad de Milagro?

Si

No

3.- ¿Cree usted que se realizan adecuadas planificaciones de trabajo en la empresa?

Si

No

Nunca

4.- ¿Cree usted que la planificación ayuda al buen cumplimiento de las labores del talento humano?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

Poco de acuerdo

5.- ¿Considera importante el cumplimiento del reglamento de la empresa?

Muy importante

Importante

Medianamente de acuerdo

Poco de acuerdo

6.- ¿Ha sido sancionado por incumplimiento del reglamento de la empresa CAVNET?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

7.- ¿Conoce usted si la empresa mantiene un organigrama estructural?

Si

No

Desconozco

8.- ¿Conoce el orden jerárquico de la empresa?

Si

No

9.- Su nivel de instrucción es:

Secundario

Egresado

No ha terminado sus estudios superiores

Superior

Posgrado

10.- ¿Se aplica correctos procesos de selección y reclutamiento de personal?

Siempre

Caso siempre

A veces

Nunca

12.- ¿La empresa posee manuales de funciones?

Si

No

Desconozco

13.-¿Considera que un plan estratégico institucional tiene relación en el conocimiento de los procesos organizacionales?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

Poco de acuerdo

14.- La comunicación en la empresa es:

Muy buena

Excelente

Buena

Pésima

¿Cómo considera los manuales de funciones en la ejecución de las labores diarias?

Muy necesario

Necesario

Medianamente necesario

Poco necesario.

13.- ¿La empresa posee manuales de funciones?

Si

No

Desconozco

ENCUESTA A LOS CLIENTES

1.- ¿Conoce usted la existencia de alguna empresa u organización comercial que brinde el servicio de alquiler de internet en Milagro?

Si

No

No sabe

2.- ¿Cuántas empresas comerciales de alquiler de internet ha visitado ustedes Milagro?

Muchas

Pocas

Ninguna

3.- ¿Cómo cree que son los servicios en general que brindan las empresas comerciales de alquiler de internet?

Excelente

Muy bueno

Aceptable

Malo

4.- ¿Qué medio de publicidad lo incentivó a adquirir el servicio de internet de la empresa CAVNET S.A?

Periódicos

Televisión

Personas

Revistas

Otros

5.- ¿Cómo considera el servicio que brinda la empresa CAVNET?

Excelente

Muy bueno

Aceptable

Malo

6.- ¿Conoce algún departamento de quejas o líneas telefónicas habilitadas para alguna consulta o inconveniente que se suscite con el servicio de la empresa?

Si

No

No sabe

7.- ¿De haber un problema con el servicio de internet en su hogar la solución del mismo es:

Muy eficiente

Eficiente

Deficiente

8.- ¿Alguna vez ha recibido un inadecuado trato por parte del personal encargado del servicio?

Siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

9.- ¿Volvería a comprar los servicios de internet de una empresa que oferta buenos productos pero un pésimo servicio de atención al cliente?

- Si
- No
- Tal vez
- No sabe

10.- ¿Visitaría por recomendación, otras empresas que oferten productos similares a los que necesita pero con un alto nivel de atención al cliente?

- Si
- No
- Tal vez
- No sabe

11.- ¿Los precios del servicio que la empresa actualmente ofrece está de acuerdo a sus perspectivas?

- Si
- No
- Tal vez

12.- ¿Cree usted que la empresa debería adquirir equipos tecnológicos y avanzados para la rapidez, competitividad y avance del servicio que presta?

- Si
- No
- Tal vez
- No sabe

13.- ¿Estaría de acuerdo a pagar un 10% más del valor de su servicio si se implementan equipos tecnológicos y avanzados para la rapidez y eficiencia del mismo?

- Si
- No

Tal vez

No sabe

ANEXO 2

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

SOCIOS O ACCIONISTAS DE LA COMPAÑÍA

Expediente: 118107
Nombre: CAVNET S.A.

Usuario: mgonzalez

DATOS DE LOS SOCIOS / ACCIONISTAS

CAPITAL SUSCRITO DE LA COMPAÑÍA (USD \$):						800,0000
NO.	IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	TIPO INVERSIÓN	CAPITAL	INCAUTADO
1	0914058466	VELASCO ACUÑA CHRISTIAN OMAR	ECUADOR	NACIONAL	392,0000	
2	0919575605	VELASCO ACUÑA MARIA JOSE	ECUADOR	NACIONAL	408,0000	
TOTAL (USD \$):						800,0000

CAPITAL ACTUALIZADO A LA FECHA: 05/05/2008 15:21:38

Sr. Miguel Ernesto Gonzalez Vintimilla
Delegado del Secretario General

FECHA DE EMISIÓN: 23/01/2013 11:58:45

Se deja constancia que, la presente nómina de accionistas otorgada por el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, se efectúa teniendo en cuenta lo prescrito en los artículos 18 y 21 de la Ley de Compañías, que no extingue ni genera derechos respecto de la titularidad de las acciones ya que, en el Art. 187, en concordancia con los artículos 188 y 189 del mismo cuerpo legal, "se considerará como dueño de las acciones a quien aparezca como tal en el libro de Acciones y Accionistas". De lo expresado se infiere que, es de exclusiva responsabilidad de los representantes legales de las compañías anónimas con el acto de registro en los libros, antedichos formalizar las transferencias de acciones de las mismas.

En tal virtud esta Institución de control societario no asume respecto de la veracidad y legalidad de las transferencias de acciones de las compañías, responsabilidad alguna y deja a salvo las variaciones que sobre la propiedad de las mismas puedan ocurrir en el futuro, pues acorde con lo prescrito en el Art. 256 de la Ley de Compañías, ordinal 3°, los administradores de las compañías son solidariamente responsables para con la compañía y terceros: "De la existencia y exactitud de los libros de la compañía". Exactitud que pueda ser verificada por la Superintendencia de Compañías, en armonía con lo dispuesto en el Art. 440 de la Ley en materia.

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.



Milagro, Julio 28 del 2010

Señor
CHRISTIAN OMAR VELASCO ACUÑA
Ciudad.-

De mi consideración:

Cumplo con informarle que le Junta General de Accionistas de la compañía CAVNET S.A, en su sesión de junta general universal celebrada el día de hoy tuvo el acierto de elegirlo a usted como GERENTE GENERAL de la misma por un periodo de CINCO AÑOS, con las atribuciones constantes en el Estatuto Social.

Usted reemplaza a la Señorita MARIA JOSE VELASCO ACUÑA, a quien se le cumplió el período para el cual fue elegida y cuyo nombramiento se inscribió el día 9 de mayo del 2005.

En el ejercicio de su cargo, usted también ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía de manera individual.

El Estatuto social de la compañía consta en la escritura publica, otorgada ante el Notario Séptimo del Cantón Guayaquil, Abogado Eduardo Falquez Ayala, el 19 de octubre del 2004, la misma que fue inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Milagro a cargo del Registrador de la Propiedad, el 18 de enero del 2005.

Atentamente

Abg. Mantel Avila Andino
Secretario Ad-hoc de la Junta

ACEPTO el cargo de GERENTE GENERAL de la compañía CAVNET S.A., para el cual he sido elegido

CHRISTIAN OMAR VELASCO ACUÑA
GERENTE GENERAL
C.I.# 091405846-6
Nacionalidad Ecuatoriana

ES CONFORME A SU ORIGINAL-LO CERTIFICO
10 AGO 2010

Ab. Jorge Garcia
NOTARIO

Registro de la Propiedad y Mercantil del Cantón Milagro

Rocafuerte 312 y 5 de Junio, Primer piso

Número de Repertorio:

2010- 2711

EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y MERCANTIL DEL CANTÓN MILAGRO, certifica que en esta fecha se inscribió(eron) el(los) siguiente(s) acto(s):
1.- Con fecha Seis de Agosto de Dos Mil Diez queda inscrito el acto o contrato NOMBRAMIENTO en el Registro de MERCANTIL de tomo 6 de fojas 2381 a 2382 con el número de inscripción 476 celebrado entre: ([CIA. CAVNET S.A. en calidad de REPRESENTADA], [VELASCO ACUÑA CHRISTIAN OMAR en calidad de GERENTE GENERAL]).



[Handwritten Signature]
Ab. Alfredo Sánchez Barón
Registrador de la Propiedad .

0000010



BANCO DEL PICHINCHA C.A.

CERTIFICADO DE DEPOSITO DE INTEGRACION DE CAPITAL

Guayaquil, 9 de Octubre de 2000



Mediante comprobante No. **176681825**, el (la) Sr. **CRISTHIAN OMAR VELASCO ACUNA**

consignó en este Banco, un depósito de US\$ **200.00** para INTEGRACION DE CAPITAL de **CAVNET S.A.**

hasta la respectiva autorización de la SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS.

Dicho depósito se efectuó a nombre de sus socios de acuerdo al siguiente detalle:

NOMBRE DEL SOCIO	VALOR
VELASCO ACUNA CHRISTIAN OMAR	US\$. 199.75
VELASCO ACUNA MARIA JOSE	US\$. 0.25
	US\$.

TOTAL US\$. 200.00

OBSERVACIONES: Tasa de interés: 2% de certificados de ahorro a 30 días para el cálculo de intereses.

Atentamente,

FIRMA AUTORIZADA AGENCIA

AUT.011

5 MAYO 2000



AB. EDUARDO FALQUEZ AYALA

0000011

-10-

EL NOTARIO,

Eufel

ABOGADO EDUARDO ALBERTO FALQUEZ AYALA

Se otorgó ante mí y en fe de ello confiero este TERCER TESTIMONIO, que sello y firmo en la ciudad de Guayaquil, a los diez días del mes de noviembre de dos mil cuatro.-



Eufel
AB. EDUARDO FALQUEZ AYALA
NOTARIO SEPTIMO DEL
CANTON GUAYAQUIL

DOY FE:- Que en esta fecha y, al margen de la matris correspondiente, en cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo Segundo, de la Resolución No.04-G-IJ-0006601, de fecha veintidós de noviembre del dos mil cuatro, de la Superintendencia de Compañías en Guayaquil, tomé nota de la APROBACION de la constitución de la compañía CAVNET S.A..- Guayaquil, noviembre 30 del 2.004..-



Eufel
AB. EDUARDO FALQUEZ AYALA
NOTARIO SEPTIMO DEL
CANTON GUAYAQUIL

CHRISTIAN DÍAZ VELASCO ACUNA

C.C.081405546-G

REGISTRO DE LA PROPIEDAD
EJECUTIVO DEL EJECUTOR

**SEÑOR SUPERINTENDENTE DE COMPAÑIAS DE
GUAYAQUIL.-**

MARIA JOSE VELASCO ACUÑA.- Dentro del trámite de Transferencias de Dominio de los Derechos y acciones de la compañía CAVNET S.A. ante usted respetuosamente comparezco y solicito:

PRIMERO.- Que con el nombramiento de Gerente General que acompañó justifico ser el representante legal de la compañía CAVNET S.A

SEGUNDO.- Que acompañó la Cesión de derechos y acciones suscrito por el Cedente señor Christian Omar Velasco Acuña con cedula de identidad número 091405846-6 mediante el cual transfiere la cantidad de cuatrocientas siete acciones ordinarias y nominativas de la compañía CAVNET S.A. a favor de la suscrita **MARIA JOSE VELASCO ACUÑA** con cedula de identidad número . 091957560-5

TERCERO.- Particular que pongo en su consideración a fin que su representada tome nota, para los efectos legales.

Maria José Velasco Acuña

María José Velasco Acuña
Gerente general



Marlize
D.K.
Lee

5 MAYO 2008

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES Y EXISTENCIA
LEGAL

No. 657425

DENOMINACIÓN DE LA COMPAÑÍA:
CAVNET S.A.

NUMERO DE EXPEDIENTE: 118107 - 2005 RUC: 0992391146001

DIRECCIÓN: 10 DE AGOSTO Y E/PEDRO CARBO Y BOLIVAR No.: 523 BARRIO:

CIUDAD: MILAGRO TELÉFONO: 042711086

CERTIFICO QUE LA COMPAÑÍA ARRIBA CITADA, HA CUMPLIDO CON LAS DISPOSICIONES CONSTANTES EN LOS
ARTÍCULOS 20 Y 449 DE LA LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE

LA COMPAÑÍA TIENE ACTUAL EXISTENCIA JURÍDICA Y SU PLAZO SOCIAL CONCLUYE EL: 18/01/2055

CERTIFICACIÓN VALIDA HASTA EL: 30/04/2013

CAPITAL SOCIAL: USD \$ 800,0000



POR LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Sr. Miguel Ernesto Gonzalez Vintimilla
Delegado del Secretario General

FECHA DE EMISIÓN: 23/01/2013 12:29:37

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO, COMO SUPRESIONES,
AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

mgonzalez

Anexo 3 Plagiarism Checker

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
inventarios como materiales de producción tiene una miopía similar	OK
inventarios tienen un valor, particularmente en compañías dedicadas a...	OK
aseguraran la subsistencia de la vida y el desarrollo de	OK
forma de almacenamiento de todos los bienes y alimentos necesarios	OK
inventarios desde el punto de vista financiero mientras menos cantida...	OK
manejo contable permitirá a la empresa mantener el control oportuna...	OK
inventario tiene como propósito fundamental proveer a la empresa de	OK
Algunas personas que tengan relación principal con los costos y	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

Help Bubble

Firefox | Outlook - marlesly_@hotmail.com | The Plagiarism Checker | Inventarios como materiales de producci... | The Plagiarism Checker | www.dustball.com/cs/plagiarism_checker | Google | Más visitados | Enviar | Comenzar a usar Firef... | Search | webfetti | CoverFanatic | Smiley Central | MyFunCards | Facebook

Inicio | The Plagiarism ... | Don omar | ? - hector acost... | MIS DOCUMEN... | HERRAMIENTA... | PROYECTO DE ... | Expulsión no se... | PROYECTO PAS... | ES | 19:05

ANEXO 4 Fotos de encuesta





ANEXO 5 Imagen de la parte externa de la empresa



ANEXO 5

Milagro, Noviembre del 2013

De mis consideraciones:

Yo, Sandra Martínez Peña con C.I. # 092731116-7, e Irene Acosta Pérez con C.I. # 0923365001, Egresada de la carrera de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría de la Universidad Estatal de Milagro, solicito:

Me conceda ejecutar una investigación y me facilite información de la urbanización para la elaboración de un proyecto de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría con el tema: **REINGENIERIA DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA CAVNET S.A.**

Contando con una respuesta favorable a esta petición, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,


Sandra Martínez Peña
C.I. 092731116-7


Irene Acosta Pérez
C.I. 0923365001


Cristhian Velasco Acuña
C.I. 091405846-6
GERENTE GENERAL

CAVNET S.A.
15 DE NOVIEMBRE
2013