

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE GERENCIA Y LIDERAZGO

TEMA:

**“ESTRUCTURACIÓN DEL PROCESO PARA MEJORAR LA
CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN LA EMPRESA ASINFO ASESORES
INFORMÁTICOS S.C. UBICADA EN EL NORTE DE LA
CIUDAD DE QUITO”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN GERENCIA Y LIDERAZGO**

AUTOR: JEANNETH CHANGOLUISA

TUTOR: ECON. ALFONSO JURADO

QUITO, ABRIL 2010

DECLARACION

Yo Jeanneth de Marillac Changoluisa Pabón, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Politécnica Salesiana, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y normatividad institucional vigente.

Jeanneth de Marillac Changoluisa Pabón

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Jeanneth de Marillac Changoluisa Pabón, bajo mi supervisión.

Econ. Alfonso Jurado
DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de toda mi carrera universitaria y por ayudarme a mantener siempre la fe y la confianza que necesitaba para culminar con éxito todo lo que me propuse.

A mis padres, hermanos, cuñadas, sobrinos y familia en general; que con sus sabias palabras y consejos también aportaron en el logro de mis objetivos. Gracias por su confianza y apoyo, que hicieron tenga fuerza para seguir adelante y no dejarme vencer por ningún obstáculo.

A mi tutor Econ. Alfonso Jurado, por apoyarme y guiarme durante todo el proceso de mi proyecto de investigación; gracias por su tiempo, su confianza y sus consejos, que me ayudaron a desarrollar de la mejor manera mi tesis.

A todos mis profesores que a lo largo de la carrera supieron brindarme sus conocimientos y convertirme en una excelente profesional, siendo excelentes maestros y amigos.

Y a todas las personas que de alguna manera aportaron en el logro de mi proyecto de tesis e hicieron posible unos de los tantos objetivos que tengo en mente.

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis lo dedico primeramente a Dios, por haberme dado la suficiente fuerza y valentía para seguir adelante con todos los objetivos que me he propuesto a lo largo de mi vida, y por ayudarme a mantener la fe y la confianza que necesité para culminar con éxito una más de mis metas.

A mis padres y mejores amigos Lucía y Pablo, que con su esfuerzo y dedicación lograron siempre darme una palabra de apoyo para lograr mis objetivos y metas; lucharon conmigo en todos mis años de estudio y principalmente depositaron en mí mucha seguridad y confianza. Gracias por haberme enseñado a que en la vida todo es posible si uno se lo propone, pueden surgir muchas barreras y obstáculos pero nada es imposible de realizar. Esta tesis es dedicada especialmente para ustedes porque son el eje fundamental de mi vida y porque son las personas que más amo en el mundo, son los padres que todo hijo quisiera tener y gracias a Dios yo los tengo a mi lado, espero darles muchas más alegrías y triunfos para que se sientan orgullosos de la mujer que han formado.

A mis hermanos Javier y Pablo, que siempre confiaron en mí y desde el principio de mi carrera supieron apoyarme y darme valor para que termine con éxito lo que me gustaba. Gracias por ser más que hermanos amigos y por estar pendientes de mí en todo momento y toda circunstancia, por escucharme, aconsejarme y por compartir siempre las cosas buenas y malas de mi vida.

A mis sobrinitos Cristina, Pablo, Alejandra y Samanta; porque pensando en ustedes me esforcé mucho para conseguir terminar mi tesis; son las cuatro personitas que están empezando a vivir y me gustaría siempre servirles de guía para que ustedes también nos den muchas alegrías y triunfos; por mi parte siempre estaré junto a ustedes para apoyarles en todo así como lo hicieron mis padres y mis hermanos conmigo.

Finalmente, quisiera dedicar ésta tesis también a una persona muy especial, valiente,

emprendedora y siempre tratando de ayudar a los demás sin esperar nada a cambio; mi tía Yolanda, gracias por haber sido como una segunda madre para mí, y por darme siempre ánimos para que termine la tesis, te prometí que lo iba a lograr y sé que ahora que te encuentras en el cielo estás muy orgullosa de mí; siempre te llevaré en mi corazón y te estaré agradecida por haber sido la persona que fuiste; amable, solidaria y justa con todos y más que todo por apoyarnos a mí y a mi familia en todo momento.

INDICE GENERAL

	Pág.
DECLARACIÓN.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
DEDICATORIA.....	IV
INDICE GENERAL.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVI

CAPITULO I

1.	PLAN DE TESIS.....	2
1.1	Definición del tema de investigación.....	2
1.2	Planteamiento del problema.....	2
1.3	Formulación y sistematización del problema.....	3
1.4	Objetivos.....	4
1.4.1	Objetivo General.....	4
1.4.2	Objetivos específicos.....	4
1.5	Justificación.....	4
1.6	Marco de referencia.....	5
1.6.1	Marco teórico.....	5
1.6.2	Marco Conceptual.....	7
1.7	Hipótesis.....	9
1.8	Variables de Estudio.....	9
1.8.1	Variables independientes.....	9
1.8.2	Variables dependientes.....	9
1.9	Aspectos Metodológicos.....	10

CAPITULO II

2.	ANÁLISIS DEL ENTORNO	
2.1	Diagnóstico Empresarial.....	13
2.2	Análisis del Macroambiente.....	14
2.2.1	Aspecto Económico.....	14
2.2.1.1	PIB Total.....	14

2.2.1.2	Tasa de Interés.....	17
2.2.1.3	Tasa de Inflación.....	18
2.2.2	Aspecto Social.....	20
2.2.2.1	Tasa de desempleo.....	20
2.2.2.2	Tasa de desempleo abierto.....	20
2.2.2.3	Tasa de desempleo oculto.....	20
2.2.2.4	Tasa de migración.....	21
2.2.2.5	Educación y tecnología.....	22
2.3	Análisis del Microambiente.....	23
2.3.1	Introducción.....	23
2.3.2	Las 5 fuerzas de Porter.....	24
2.3.2.1	Fortalezas del modelo de las cinco fuerzas competitivas.....	24
2.3.2.2	Limitación del modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	24
2.3.2.3	Amenaza entrada de nuevos competidores.....	24
2.3.2.4	Análisis de los competidores potenciales.....	25
2.3.2.5	Rivalidad entre los competidores.....	27
2.3.2.6	Poder de negociación de los proveedores.....	30
2.3.2.7	Poder de negociación de los compradores.....	32
2.3.2.8	Análisis de tipos de clientes.....	33
2.3.2.9	Estrategias y mecanismos de la empresa ASINFO S.C.....	34
2.3.2.10	Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	34
2.4	Análisis interno de la empresa.....	35
2.4.1	Aspectos generales de la empresa.....	35
2.4.2	Descripción de la empresa como sociedad civil.....	38
2.4.3	Estructura organizacional actual.....	41
2.4.4	Análisis interno matriz de impactos.....	42
2.4.4.1	Fortalezas.....	42
2.4.4.2	Debilidades.....	43
2.4.5	Análisis externo matriz de impactos.....	45
2.4.5.1	Oportunidades.....	45
2.4.5.2	Amenazas.....	46
2.4.6	Análisis matriz de impactos.....	49
2.4.7	Matrices de evaluación EFE y EFI.....	49

2.4.7.1	Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	51
2.4.7.1.1	Análisis de la matriz de evaluación de factores externos.....	52
2.4.7.2	Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	52
2.4.7.2.1	Análisis de la matriz de evaluación de factores internos.....	53

CAPITULO III

3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	55
3.1	Segmentación.....	55
3.1.1.	Determinación del mercado meta.....	56
3.2	Establecimiento del plan de investigación.....	56
3.2.1	Tamaño de la muestra.....	57
3.2.2	Diseño de la encuesta.....	60
3.2.2.1	Encuesta de satisfacción de clientes de la empresa ASINFO S.C....	60
3.2.2.2	Encuesta de clientes potenciales.....	63
3.2.2.3	Tabulación y análisis de los resultados obtenidos en las encuestas..	65
3.2.2.4	Tabulación y análisis de los resultados obtenidos en las encuestas de los clientes potenciales.....	91
3.2.3	Proyección de la demanda.....	105
3.2.3.1	Proyección de la demanda de ASINFO S.C. para el periodo 2009 a 2012.....	106
3.2.3.2	Demanda insatisfecha.....	106

CAPITULO IV

4.	DISEÑO DEL PROCESO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA ASINFO S.C. ASESORES INFORMÁTICOS...	108
4.1	Direccionamiento Estratégico.....	108
4.2	Objetivo Estratégico 1.....	108
4.2.1	Estrategia 1.1.....	108
4.2.1.1	Plan Operativo 1.1.....	108
4.2.1.1.1	Definición de la visión.....	108
4.2.1.1.2	Definición de la misión.....	109
4.2.1.1.3	Objetivos corporativos.....	109

4.2.1.1.4	Políticas corporativas.....	109
4.2.1.1.5	Valores corporativos.....	113
4.3	Objetivo Estratégico 2.....	115
4.3.1	Estrategia 2.1.....	115
4.3.1.1	Plan Operativo 2.1.....	116
4.3.2	Estrategia 2.2.....	118
4.3.2.1	Plan Operativo 2.2.....	119
4.3.3	Estrategia 2.3.....	129
4.3.3.1	Plan Operativo 2.3.....	129
4.4	Objetivo Estratégico 3.....	158
4.4.1	Estrategia 3.1.....	158
4.4.1.1	Plan Operativo 3.1.....	159
4.4.2	Estrategia 3.2.....	160
4.4.2.1	Plan Operativo 3.2.....	160
4.4.3	Estrategia 3.3.....	162
4.4.3.1	Plan Operativo 3.3.....	162
4.4.4	Estrategia 3.3.1.....	163
4.4.4.1	Plan Operativo 3.3.1.....	163
4.4.5	Estrategia 3.3.2.....	169
4.4.5.1	Plan Operativo 3.3.2.....	169

CAPITULO V

5.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	185
5.1	Inversión y financiamiento de la implementación del cambio Propuesto.....	185
5.2	Proyección de gastos administrativos, técnicos y de ventas.....	188
5.3	Proyección de ventas.....	192
5.4	Estados Financieros.....	195
5.5	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	195
5.6	Balance de Situación.....	199
5.7	Flujo de Caja.....	202
5.8	Análisis del Punto de Equilibrio.....	204
5.9	Evaluación Financiera.....	207

5.10	Valor Actual Neto.....	207
5.11	Beneficio-Costo.....	207
5.12	Tasa Interna de Retorno.....	208

CAPITULO VI

6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	211
6.1	Conclusiones.....	211
6.2	Recomendaciones.....	213
6.3	Bibliografía.....	215
6.4	Anexos.....	217

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Comportamiento del Producto Interno Bruto.....	15
Cuadro N° 2 PIB por rama de actividad 2009.....	15
Cuadro N° 3 Tasas de Interés.....	17
Cuadro N° 4 Cuadro estadístico de la tasa de inflación.....	18
Cuadro N° 5 Comportamiento de la tasa de desempleo.....	20
Cuadro N° 6 Comportamiento de la tasa de migración.....	21
Cuadro N° 7 Competidores de la empresa ASINFO S.C.....	28
Cuadro N° 8 Principales proveedores de ASINFO S.C.....	31
Cuadro N° 9 Nómina de empleados ASINFO S.C.....	37
Cuadro N° 10 Resumen: Descripción de la empresa como sociedad civil.....	40
Cuadro N° 11 Análisis matriz de impactos.....	48
Cuadro N° 12 Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	51
Cuadro N° 13 Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	53
Cuadro N° 14 Sistemas informáticos que poseen los clientes de ASINFO S.C.....	65
Cuadro N° 15 Percepción de los clientes de ASINFO frente a la competencia en cuanto a diversos factores.....	66
Cuadro N° 16 Opinión con respecto a los representantes de soporte técnico de ASINFO.....	71
Cuadro N° 17 Informe con respecto a los productos y servicios de ASINFO...	75
Cuadro N° 18 Percepción del precio.....	80
Cuadro N° 19 Relación costo beneficio del producto.....	82
Cuadro N° 20 Opinión con respecto al despacho de órdenes de soporte.....	83
Cuadro N° 21 Opinión con respecto al servicio postventa.....	85
Cuadro N° 22 Canales de atención al cliente que los usuarios prefieren.....	89
Cuadro N° 23 Información para conocer si poseen sistemas informáticos Administrativos – Financieros.....	91
Cuadro N° 24 Información para conocer los módulos informáticos que utilizan los clientes potenciales.....	92
Cuadro N° 25 Conocer si es indispensable tener ayuda informática para las diferentes actividades que se realizan en la empresa.....	93

Cuadro N° 26	Área de la empresa que se considera importante tener ayuda informática.....	94
Cuadro N° 27	Percepción de los clientes potenciales en cuanto a beneficio de los sistemas informáticos.....	96
Cuadro N° 28	Cantidad a invertir en un paquete informático.....	97
Cuadro N° 29	Módulo de Facturación.....	98
Cuadro N° 30	Módulo SRI.....	99
Cuadro N° 31	Módulo de Bodega.....	100
Cuadro N° 32	Módulo de Activos fijos.....	101
Cuadro N° 33	Módulo de Comercialización.....	102
Cuadro N° 34	Canales de atención más factibles para solucionar Inconvenientes.....	103
Cuadro N° 35	Información para medir el nivel de satisfacción que tiene con la competencia.....	104
Cuadro N° 36	Proyección de la demanda.....	105
Cuadro N° 37	Proyección de la demanda de ASINFO S.C. para el periodo 2009 A 2012.....	106
Cuadro N° 38	Matriz Axiológica.....	113
Cuadro N° 39	Costo de aplicación para definir visión, misión, objetivos, políticas y valores.....	115
Cuadro N° 40	Costo de aplicación para diseñar los organigramas estructural y funcional.....	118
Cuadro N° 41	Funciones: Jefe del Departamento Administrativo.....	119
Cuadro N° 42	Funciones: Jefe de Recursos Humanos.....	120
Cuadro N° 43	Funciones: Contador General.....	121
Cuadro N° 44	Funciones: Asistente Administrativa Contable.....	122
Cuadro N° 45	Funciones: Jefe del Departamento de Ventas.....	123
Cuadro N° 46	Funciones: Vendedores.....	124
Cuadro N° 47	Funciones: Asesores Contables Financieros.....	125
Cuadro N° 48	Funciones: Jefe del Departamento Técnico.....	126
Cuadro N° 49	Funciones: Técnicos.....	127
Cuadro N° 50	Costo de aplicación para definir las funciones y requerimientos de puestos.....	128

Cuadro N° 51	Costo de aplicación para diseñar el manual de procedimientos y flujogramas.....	158
Cuadro N° 52	Costo de aplicación para la planificación de la plaza.....	160
Cuadro N° 53	Costo de aplicación para la definición de precios.....	162
Cuadro N° 54	Costo de aplicación para el proceso de publicidad.....	168
Cuadro N° 55	Costo de aplicación para aplicar promoción de ventas.....	171
Cuadro N° 56	Costo de aplicación para aplicar ventas personales.....	172
Cuadro N° 57	Costo de aplicación para aplicar relaciones públicas.....	174
Cuadro N° 58	Costo de aplicación para evidencia física.....	175
Cuadro N° 59	Costo de aplicación para personal.....	178
Cuadro N° 60	Resumen Plan Operativo 2010.....	180
Cuadro N° 61	Inversión de capital y operación.....	186
Cuadro N° 62	Financiamiento del proyecto.....	187
Cuadro N° 63	Amortización del préstamo.....	187
Cuadro N° 64	Proyección de gastos administrativos y de ventas.....	189
Cuadro N° 65	Proyección de ventas.....	193
Cuadro N° 66	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	196
Cuadro N° 67	Balance General Proyectado.....	200
Cuadro N° 68	Flujo de Caja Proyectado.....	203
Cuadro N° 69	Punto de equilibrio para varias líneas de productos.....	205
Cuadro N° 70	Flujo de Caja Corriente y descontado.....	209

INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1 Comportamiento del Producto Interno Bruto.....	15
Gráfico N° 2 Cuadro estadístico de la tasa de inflación.....	19
Gráfico N° 3 Comportamiento de la tasa de migración.....	22
Gráfico N° 4 Sistemas informáticos que poseen los clientes de ASINFO S.C.....	65
Gráfico N° 5 Imagen.....	66
Gráfico N° 6 Seguridad y confiabilidad.....	67
Gráfico N° 7 Servicio antes, durante y después de la venta.....	67
Gráfico N° 8 Diseño.....	68
Gráfico N° 9 Calidad.....	68
Gráfico N° 10 Precio.....	69
Gráfico N° 11 Comprensión de las necesidades.....	71
Gráfico N° 12 Respuesta de los requerimientos.....	72
Gráfico N° 13 Cumplimiento de los compromisos que asume ASINFO.....	72
Gráfico N° 14 Asesoría de conocimientos técnicos de los servicios.....	73
Gráfico N° 15 Visitas frecuentes y regulares de acuerdo a la necesidad del Cliente.....	73
Gráfico N° 16 Cordialidad en la atención.....	74
Gráfico N° 17 Presentación.....	76
Gráfico N° 18 Diseño.....	76
Gráfico N° 19 Funcionamiento.....	77
Gráfico N° 20 Complejidad.....	77
Gráfico N° 21 Cumplimiento de especificaciones técnicas ofrecidas.....	78
Gráfico N° 22 Manuales de funcionamiento.....	78
Gráfico N° 23 Nivel de tecnología aplicada en los sistemas.....	79
Gráfico N° 24 Percepción del precio.....	81
Gráfico N° 25 Relación costo beneficio del producto.....	82
Gráfico N° 26 Cumplimiento de las fechas de entrega.....	83
Gráfico N° 27 Servicio de canales de atención al cliente.....	84
Gráfico N° 28 Atención postventa.....	85
Gráfico N° 29 Frecuencia de visitas.....	86

Gráfico N° 30	Información suministrada por asesores técnicos.....	86
Gráfico N° 31	Atención de quejas y reclamos.....	87
Gráfico N° 32	Tiempo de respuestas a las garantías y mantenimientos.....	87
Gráfico N° 33	Atención telefónica del servicio postventa.....	88
Gráfico N° 34	Canales de atención al cliente que los usuarios prefieren.....	90
Gráfico N° 35	Información para conocer si poseen sistemas informáticos Administrativos – Financieros.....	91
Gráfico N° 36	Información para conocer los módulos informáticos que utilizan los clientes potenciales.....	92
Gráfico N° 37	Conocer si es indispensable tener ayuda informática para las diferentes actividades que se realizan en la empresa.....	94
Gráfico N° 38	Área de la empresa que se considera importante tener ayuda informática.....	95
Gráfico N° 39	Percepción de los clientes potenciales en cuanto a beneficio de los sistemas informáticos.....	96
Gráfico N° 40	Cantidad a invertir en un paquete informático.....	97
Gráfico N° 41	Módulo de Facturación.....	98
Gráfico N° 42	Módulo SRI.....	99
Gráfico N° 43	Módulo de Bodega.....	100
Gráfico N° 44	Módulo de Activos fijos.....	101
Gráfico N° 45	Módulo de Comercialización.....	102
Gráfico N° 46	Canales de atención más factibles para solucionar Inconvenientes.....	103
Gráfico N° 47	Información para medir el nivel de satisfacción que tiene con la competencia.....	104
Gráfico N° 48	Descripción del plan instalación / actualización del sistema.....	132
Gráfico N° 49	Descripción del plan de carga de datos en el sistema.....	137
Gráfico N° 50	Descripción del plan de validación del funcionamiento del Sistema.....	141
Gráfico N° 51	Descripción del plan de validación del funcionamiento del Sistema.....	144
Gráfico N° 52	Descripción del plan de soporte técnico telefónico.....	148
Gráfico N° 53	Descripción del plan de soporte visitas técnicas.....	152

Gráfico N° 54	Descripción del plan de soporte técnico remoto.....	156
---------------	---	-----

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación se desarrolla en la empresa ASINFO Asesores Informáticos S.C., ubicada en el norte de la ciudad de Quito, en la que se propone una estructuración del proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente, y de esta manera satisfacer las necesidades de los mismos y sus propietarios.

El tema de investigación tiene importante relevancia, puesto que actualmente el mercado informático es visto desde una perspectiva únicamente de beneficio y no se llevan procesos que permitan dar mayor seguridad y confiabilidad a los clientes en cuanto a prestación de servicio, pero en el presente trabajo se determina la necesidad que este tipo de empresas tiene en cuanto a servicio y atención, debido a que los clientes son la base fundamental de todo negocio y la mayor parte de empresas en el país ha optado por adquirir este tipo de servicios que facilitan los procesos diarios de las mismas.

En el primer capítulo, se presenta el planteamiento del problema, objetivos, justificación del proyecto, marco de referencia y conceptual e hipótesis, la misma que será validada al concluir la presente investigación. Todos estos temas mencionados servirán de guía en el desarrollo de la tesis.

El segundo capítulo, presenta el diagnóstico empresarial y el escenario macro entorno en la cual se define la situación en la que se encuentra el país en sus diferentes aspectos: económicos, políticos y sociales que afectan el crecimiento de la microempresa; a su vez el escenario micro entorno se presenta mediante el análisis de consumidores y proveedores. Finalmente mediante la herramienta FODA se realiza un diagnóstico empresarial interno para definir la situación actual y real de la empresa.

En el tercer capítulo se realiza el estudio de mercado basado en la investigación de campo, segmentación, definición de la muestra, diseño de encuestas, análisis de la oferta y la elaboración de tablas de datos con el respectivo análisis.

El capítulo IV, radica en la determinación de la propuesta para la empresa, en función de plantear un modo de filosofía y compromiso empresarial, principios y valores que se manejarán a través de la formulación de la misión, visión, objetivos, políticas, estrategias y valores corporativos, los mismos que servirán como lineamiento para enmarcar el óptimo funcionamiento de la misma.

En el capítulo V, se establece unos de los procesos más importantes en todo proyecto de investigación, puesto que consiste en la justificación del mismo desde el punto de vista económico – financiero, planteando la viabilidad del proyecto mediante la utilización de procedimientos y métodos financieros que requieren la estructuración del presupuesto de inversión, estados de pérdidas y ganancias, flujo de caja; con lo cual se llegó a determinar el TIR, el VAN y el costo beneficio.

Finalmente, en el sexto capítulo, se establecen las conclusiones y recomendaciones en función de todo el proceso de investigación y formulación de soluciones, de tal manera que se pueda generar un contexto global del aporte para la empresa en todos sus ámbitos.

CAPITULO I

PLAN DE TESIS

CAPÍTULO I

1. PLAN DE TESIS

1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Estructuración del proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente en la empresa ASINFO Asesores Informáticos S.C. ubicada en el norte de la ciudad de Quito.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Asesores Informáticos S.C. “ASINFO”, se constituyó en Quito hace 14 años con el fin de desarrollar software en varios campos como en Empresas Comerciales, Florícolas y Ganaderas; actualmente cuenta con una sucursal en la ciudad de Quito ubicada en el sector Norte.

Los sistemas informáticos desarrollados comprenden los siguientes: SYSCONT (Sistema de Contabilidad), SIDECOM (Sistema de Comercialización) y SIPRO (Sistema de Producción).

Estos sistemas cuentan también con horas de capacitación y soporte técnico de acuerdo al contrato que hayan firmado los clientes, o al paquete de horas que hayan adquirido. Los paquetes varían entre 8 a 5 horas de soporte en los cuales se realizan visitas periódicas dentro y fuera de la ciudad de Quito para realizar mantenimiento, capacitación o actualización de los sistemas.

Al momento 39 empresas Comerciales, 22 empresas Florícolas y 30 empresas Ganaderas poseen las licencias de uso del Software de ASINFO Asesores Informáticos S.C., en diferentes lugares del país como Cuenca, Guayaquil, Ambato, Latacunga, Otavalo, Quito, Cayambe y con la intención de incursionar en Santo Domingo.

Actualmente se está manejando una campaña publicitaria para dar a conocer los productos que ofrece la empresa, mediante base de datos de posibles clientes, envío de campañas publicitarias a través de correo electrónico, participación en ferias y exposiciones, los cuales han dado un resultado positivo ya que en los últimos

meses se ha incrementado la cartera de clientes y los vendedores han aumentado el número de visitas para dar demostración de los Sistemas.

Uno de los aspectos negativos de ASINFO S.C. se da en algunos de los servicios que presta, entre los cuales podemos citar: Mala atención al cliente, demora en la atención de órdenes de soporte y mantenimiento de los sistemas, falta de comunicación interna entre la persona que recepta las órdenes y las personas que deben atender las mismas, no existe un procedimiento adecuado para manejar las quejas y sugerencias de los clientes, no existe una división adecuada del personal técnico para dar atención vía telefónica, conexión remota o Internet. Esto se ocasiona debido a que no existe un proceso definido para la atención del cliente, no se capacita continuamente al personal de soporte y no se coordina el seguimiento del desarrollo de cada cliente con las peticiones.

Con todo esto podemos asegurar que si la empresa continúa de esta forma se puede poner en riesgo al factor principal de ASINFO que son los clientes, se perdería prestigio y se vería débil ante la competencia.

Para evitar un impacto negativo se propone una ESTRUCTURACIÓN DEL PROCESO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S.C., ya que se aprovecharían las oportunidades del entorno y las fortalezas que tiene sobre la competencia, implantando a su vez un ambiente de innovación y creatividad en todo lo relacionado a las actividades de la misma, para lo cual el proceso que actualmente se está realizando resulta un factor importante debido a que se ha decidido migrar los sistemas a una nueva plataforma tecnológica más segura y confiable que proporcione a los clientes calidad en el manejo de los procesos.

1.3 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Problema General:

- i. ¿Cuál es el mecanismo requerido para que la empresa ASINFO S.C. proporcione un servicio acorde a las expectativas del cliente y mejore su

competitividad y posicionamiento en el mercado?

Problemas específicos:

- ii. ¿Cuáles es la influencia del entorno hacia la empresa y como se interrelaciona con él?
- iii. ¿Cuáles son los lineamientos estratégicos, operativos y tácticos que generan un servicio de calidad?
- iv. ¿Cómo establecer que el sistema propuesto sea funcional para la empresa?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Estructurar el proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente en la empresa ASINFO Asesores Informáticos S.C., logrando el incremento de la cartera de compradores, posicionamiento y lealtad de los clientes.

1.4.2 Objetivos específicos

- i. Determinar el diagnóstico de situación del ambiente empresarial interno y externo.
- ii. Determinar los mecanismos requeridos en la estructuración del sistema para mejorar la prestación del servicio al cliente.
- iii. Operativizar el proceso de mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio al cliente para instituir su aplicabilidad y sostenibilidad.

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El tema propuesto adquiere vital importancia para el desarrollo de la empresa ASINFO S.C., puesto que su aplicabilidad y sostenibilidad se verá reflejado en la satisfacción de las expectativas de los clientes, brindando confiabilidad y seguridad en las relaciones comerciales entre los dos integrantes del mercado mencionados, debido a que la empresa ofertaría software integrados de módulos administrativos-financieros con enfoque personalizado.

La trascendencia del tema propuesto para el desarrollo de la tesis se fundamenta en

que servirá como guía para la gestión de negocios con similares características, generando crecimiento y desarrollo sustentable.

El diseño de un proyecto de diversificación y crecimiento proporcionará una estructura lógica, procedimental y sistémica, la misma que al ser establecida en el negocio establecerá un método de trabajo efectivo, siendo su aplicación de suma importancia en la actual situación empresarial en la que prima la competitividad y el dinamismo.

La propuesta del presente tema de investigación se fundamenta en la transición de una filosofía orientada a la producción a un nuevo enfoque cuyo ápice es el cliente, logrando de esta manera crecer y generar satisfacción para todos los integrantes de la cadena de comercialización mediante la prestación de un servicio al cliente (desarrollo de software integrados administrativos-financieros y soporte técnico) para ampliar su mercado, mejorar su estructura organizacional, optimizar sus recursos e incrementar los resultados en lo referente a los indicadores de gestión, económicos y financieros.

El proyecto ayudará a la persona que gestione una empresa híbrida de servicios y productos, en el momento de tomar decisiones para que éstas se basen en situaciones reales y no caer en el empirismo.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Marco Teórico

SERVICIO AL CLIENTE

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

Las empresas en general deben tener en cuenta que el servicio al cliente es uno de los aspectos más importantes para el desarrollo de las mismas, debido a que promueve las ventas y crea fidelidad en los clientes.

Podemos decir que el servicio al cliente permite brindar un producto de calidad, ya que nos aseguramos de que el consumidor final se encuentre satisfecho y haya recibido lo que solicitó, sin ninguna demora.

SISTEMA

Podríamos decir que es una propuesta administrativa útil y válida que ha demostrado científicamente su efectividad, estrechamente relacionada con el entorno de la organización, que facilita la relación humanista empresarial y que permite la aplicación de modelos diferentes para problemas diferentes.

Un sistema es una totalidad percibida cuyos elementos se aglomeran porque se afecta recíprocamente a lo largo del tiempo y operan con un propósito común, la idea esencial del enfoque de sistemas radica en que la actividad de cualquier parte de una organización afecta la actividad de cualquier otra, entonces en los sistemas no hay unidades aisladas, por el contrario todas sus partes actúan con una misma orientación y satisfacen un objetivo común; es necesario el funcionamiento correcto de las partes para el eficaz desempeño del todo en su conjunto.

Cabe recalcar que un sistema está compuesto por las siguientes partes:

a) Entrada de Información

Es el proceso mediante el cual el Sistema de Información toma los datos que requiere para procesar la información. Las entradas pueden ser manuales o automáticas.

Las manuales son aquellas que se proporcionan en forma directa por el usuario, mientras que las automáticas son datos o información que provienen o son tomados de otros sistemas o módulos. Esto último se denomina interfaces automáticas.

Entradas:

Datos generales del cliente: nombre, dirección, tipo de cliente, etc.

Políticas de créditos: límite de crédito, plazo de pago, etc.

Facturas (interfase automático).

Pagos, depuraciones, etc.

b) Proceso de Información

Es la capacidad del Sistema de Información para efectuar cálculos de acuerdo con

una secuencia de operaciones preestablecida. Estos cálculos pueden efectuarse con datos introducidos recientemente en el sistema o bien con datos que están almacenados.

Esta característica de los sistemas permite la transformación de datos fuente en información que puede ser utilizada para la toma de decisiones, lo que hace posible, entre otras cosas, que un tomador de decisiones genere una proyección financiera a partir de los datos que contiene un estado de resultados o un balance general de un año base.

Proceso:

Cálculo de antigüedad de saldos.

Cálculo de intereses moratorios.

Cálculo del saldo de un cliente.

c) Salida de Información

La salida es la capacidad de un Sistema de Información para sacar la información procesada o bien datos de entrada al exterior.

Es importante aclarar que la salida de un Sistema de Información puede constituir la entrada a otro Sistema de Información o módulo. En este caso, también existe una interface automática de salida. Por ejemplo, el Sistema de Control de Clientes tiene una interface automática de salida con el Sistema de Contabilidad, ya que genera las pólizas contables de los movimientos procesales de los clientes.

Salidas:

Reporte de pagos.

Estados de cuenta.

Pólizas contables (interface automática)

Consultas de saldos en pantalla de una terminal.

SOFTWARE ADMINISTRATIVO-FINANCIERO

Es una aplicación diseñada para trabajar generando documentos en línea, con procesos simplificados y sencillos.

1.6.2 Marco Conceptual

CLIENTE

Es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera

(dinero) u otro medio de pago, es un equipo o proceso que accede a recursos y servicios brindados por otro llamado Servidor, generalmente de forma remota.

MERCADO

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto, como creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos.

COMPETITIVIDAD

Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

SOPORTE TECNICO

Es un rango de servicios que proporcionan asistencia con el hardware o software de una computadora, o algún otro dispositivo electrónico o mecánico. En general los servicios de soporte técnico tratan de ayudar al usuario a resolver determinados problemas con algún producto en vez de entrenar o personalizar.

MANTENIMIENTO

Es un servicio que agrupa una serie de actividades cuya ejecución permite alcanzar un mayor grado de confiabilidad y seguridad al usuario.

INDICADORES DE GESTION

Son medidas utilizadas para determinar el éxito de un proyecto o una organización, suelen establecerse por los líderes del proyecto u empresa, y son posteriormente utilizados continuamente a lo largo del ciclo de vida, para evaluar el desempeño y los resultados, estos a su vez están ligados con resultados cuantificables, como ventas anuales o reducción de costos en manufactura.

INVESTIGACION DE MERCADOS

Es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia como: Clientes, Competidores y el Mercado.

Con la investigación de mercados, las compañías pueden aprender más sobre los clientes en curso y potenciales, logrando conocer todo acerca de sus gustos, ubicación, nivel de educación y preferencias, para poder ofertar los productos a precios adecuados.

1.7 HIPÓTESIS DE TRABAJO

“La estructuración del proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente en la empresa ASINFO asesores informáticos S.C., generará el incremento de la medición de satisfacción del cliente, posicionamiento de mercado y aumento de utilidades de la empresa”.

1.8 VARIABLES DE ESTUDIO

1.8.1 Variables independientes:

Estructuración del proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente en la empresa ASINFO asesores informáticos S.C.

1.8.2 Variables dependientes:

Medición de satisfacción del cliente

Posicionamiento de mercado

Utilidades

Definición conceptual de las variables:

Medición de la satisfacción del cliente.- se define conceptualmente como ‘el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto’, lo cual, en términos de

investigación de mercados, se podría plantear como una pregunta en términos de si se ha cumplido o no, en mayor o menor grado, la necesidad, el deseo o gusto que dio origen a una compra determinada

Los métodos que se pueden emplear para medir la satisfacción del cliente pueden ser los siguientes entre otros:

- Cuestionarios o encuestas transaccionales: su instrumentación no es compleja aunque los resultados pueden ser inútiles
- Confección de perfiles de calidad percibida y de coste percibido: en este caso, la empresa se puede comparar con sus competidores en la percepción del valor.
- Escuchar las experiencias de los empleados de la empresa que están en contacto permanente con los clientes.
- La implementación del libro de quejas o de agradecimientos.
- Ofrecer garantías: ante la queja, el cliente tiene que recibir una compensación.

Posicionamiento.- Es la manera en la que los consumidores definen un producto o empresa a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto o empresa en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

Se llama Posicionamiento a la referencia del lugar que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre esta y su competencia.

Utilidad.- Medida del rendimiento neto total del capital social ordinario de una empresa. Se calcula restando del ingreso bruto impuestos, depreciación, intereses, pagos a accionistas preferentes y otros gastos

1.9 ASPECTOS METODOLÓGICOS

La metodología que se aplicará en el presente tema de investigación se basará en lo siguiente:

- Investigación Exploratoria: será de gran utilidad realizar un levantamiento de información a posibles clientes puesto que la mayoría de empresas medianas y pequeñas del país no cuenta con sistemas informáticos gerenciales para

realizar una mejor gestión y en otros casos no tienen conocimiento de la existencia de software para este campo.

- Investigación aplicada: se puede recabar información referente a casos desarrollados por otras empresas y establecer puntos de adaptación a nuestra realidad.
- Investigación cualitativa: puesto que es sumamente necesario establecer cuáles son las principales variables que influyen en el consumidor al momento de decidir una compra; así como también conocer cuáles son los atributos más importantes en lo referente a los sistemas integrados que se venderán en la empresa ASINFO S.C..

Se efectuarán entrevistas y encuestas con preguntas abiertas a personas con conocimiento en el tema estudiado con la finalidad de definir las preguntas cerradas que servirán para las otras encuestas.

- Investigación cuantitativa: consiste en levantar información numérica de las variables obtenidas en la investigación cualitativa. La herramienta básica consistirá en la aplicación de encuestas con preguntas cerradas a la muestra seleccionada de entre todos los públicos relacionados con la empresa.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO **EMPRESARIAL**

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

ASINFO Asesores Informáticos S.C. se constituyó el 10 de Abril del año 2003 está conformado por 3 accionistas los mismos que tienen aportes iguales de \$300.00 Dólares de Estados Unidos de Norteamérica, es una empresa familiar y tiene como finalidad diseñar, crear y vender software administrativos-financieros para uso exclusivo de empresas comerciales, florícolas y ganaderas, por lo general los sistemas son diseñados y creados de acuerdo a las necesidades de cada cliente y a las exigencias de los mismos, se manejan mediante soporte técnico vía telefónica, internet, acceso remoto y visitas técnicas, la experiencia y ética profesional de los técnicos de la entidad garantizan el trabajo que se desarrolla.

Los módulos administrativos-financieros son de gran utilidad y comprenden los siguientes: Contabilidad (SYSCONT), Comercialización (SIDEKOM) y Producción (SIPRO).

ASINFO tiene como finalidad facilitar las actividades diarias que se realizan en las diferentes organizaciones y tratar de simplificar el trabajo a las personas que lo manejan, a su vez se podría mencionar que los sistemas informáticos brindan mayor seguridad, confiabilidad y puede ser operado por una sola persona por lo que la empresa no tendría que contratar gran cantidad de personal para un área específica

Actualmente ASINFO cuenta con tecnología avanzada SQL-SERVER y planea subir los sistemas a una plataforma tecnológica avanzada como es JAVA, se iniciará principalmente por el sistema de Contabilidad, Facturación y SRI; por lo que el personal se está sometiendo a una capacitación intensiva y a su vez a una investigación y desarrollo profundo para la programación de los mismos.

ASINFO Asesores Informáticos, presenta soluciones integrales con el más alto nivel tecnológico las mismas que brindan verdaderos beneficios a las empresas del país. El objetivo fundamental se basa en dotar a las empresas, de una herramienta que les permita automatizar sus sistemas TECNICOS y ADMINISTRATIVOS

FINANCIEROS, de tal forma que todos los recursos sean optimizados para poder ser competitivos en el mercado actual del país.

La Organización en sí ha ayudado a cumplir los objetivos empresariales de más de 90 empresas en el país y se ha encargado de ser el soporte tecnológico en el área informática.

El beneficio principal se enfoca hacia la optimización del tiempo empleado por el recurso humano en el desarrollo de sus tareas, en la precisión del trabajo realizado, razón por la cual la empresa, al mantener la información en Base de Datos, la manipulación de los mismos por parte del personal reviste un esfuerzo mínimo con relación al trabajo manual y de esta manera aprovechar de mejor forma al personal en trabajos de tipo analítico antes que rutinario.

En todos los Sistemas de ASINFO, hay una definición de perfiles de usuario asociados a las aplicaciones por cada una de las opciones del sistema, existe también la posibilidad de inactivar un perfil para evitar que usuarios sin permiso accedan al mismo.

Adicionalmente se cuenta con opciones específicas para la obtención de respaldos, de tal forma que se establezca una política acerca de este proceso, que en casos especiales permita recuperar información.

2.2 ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

2.2.1 Aspecto Económico

2.2.1.1 PIB TOTAL

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado, dentro de las fronteras de un país.¹

La relación del PIB Total frente a un sector determinado de la economía muestra la participación de ese sector en el total de producción de bienes y servicios del país.

¹ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=prevision_pib

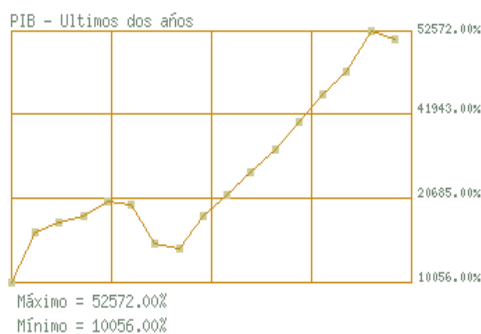
A continuación se demuestra el comportamiento del Producto Interno Bruto en el período comprendido del año del 2003 al 2009:

CUADRO No.1
COMPORTAMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO
PERIODO 2003-2009

FECHA	VALOR
Enero-31-2003	28636.00 millones de USD
Enero-31-2004	32642.00 millones de USD
Enero-31-2005	37187.00 millones de USD
Enero-31-2006	41763.00 millones de USD
Enero-31-2007	45789.00 millones de USD
Enero-31-2008	52572.00 millones de USD
Enero-31-2009	51106.00 millones de USD

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

GRÁFICO No.1



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

CUADRO No.2
PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD 2009

3	Estructura porcentual (a precios de 2000)					
4						
5	Ramas de actividad \ Años	2005	2006	2007	2008	2009
6	CIU CN	(sd)	(p)	(prev)	(prev)	
7						
8	A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	10.3	10.5	10.6	10.4	10.2
9	1. Cultivo de banano, café y cacao	2.5	2.5	2.6	2.5	2.5

10	2. Otros cultivos agrícolas	3.6	3.6	3.6	3.6	3.5
11	3. Producción animal	1.6	1.6	1.7	1.6	1.6
12	4. Silvicultura y extracción de madera	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
13	5. Productos de la caza y de la pesca	1.6	1.8	1.7	1.7	1.7
14	B. Explotación de minas y canteras	13.8	12.6	11.1	9.9	9.9
15	6. Extracción de petróleo crudo y gas natural	21.5	20.9	19.4	17.9	17.4
16	7. Fabricación de productos de la refinación de petróleo	-8.1	-8.6	-8.6	-8.4	-7.9
17	8. Otros productos mineros	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
18	C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	13.3	13.7	14.0	13.9	13.8
19	9. Carnes y pescado elaborado	4.4	4.8	4.9	4.9	4.8
20	10. Cereales y panadería	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
21	11. Elaboración de azúcar	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
22	12. Productos alimenticios diversos	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5
23	13. Elaboración de bebidas	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5
24	14. Elaboración de productos de tabaco	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
25	15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9
26	16. Producción de madera y fabricación de productos de madera	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
27	17. Papel y productos de papel	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
28	18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	1.0	0.9	0.9	1.0	1.0
29	19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9
30	20. Fabricación de maquinaria y equipo	0.4	0.4	0.4	0.5	0.4
31	21. Industrias manufactureras n.c.p.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
32	D. Suministro de electricidad y agua	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9
33	22. Suministro de electricidad y agua	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9
34	E. Construcción y obras públicas	8.7	8.6	8.4	9.4	9.5
35	23. Construcción	8.7	8.6	8.4	9.4	9.5
36	F. Comercio al por mayor y al por menor	14.4	14.6	14.7	14.7	14.7
37	24. Comercio al por mayor y al por menor	14.4	14.6	14.7	14.7	14.7
38	G. Transporte y almacenamiento	7.3	7.4	7.4	7.4	7.4
39	25. Transporte y almacenamiento	7.3	7.4	7.4	7.4	7.4
40	H. Servicios de Intermediación financiera	1.8	2.0	2.2	2.2	2.2
41	26. Intermediación financiera	1.8	2.0	2.2	2.2	2.2
42	I. Otros servicios	15.3	15.6	16.1	16.0	16.1
43	27. Otros servicios	15.3	15.6	16.1	16.0	16.1
44	J. Servicios gubernamentales	4.5	4.5	4.6	4.8	4.9
45	28. Servicios gubernamentales	4.5	4.5	4.6	4.8	4.9
46	K. Servicio doméstico	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
47	29. Servicio doméstico	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
48	Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente	-2.2	-2.6	-2.8	-2.7	-2.7
49	Otros elementos del PIB	11.8	12.2	12.6	12.8	13.0
50	PRODUCTO INTERNO BRUTO	100.0	100.0	100.0	100.0	100.

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Análisis:

El PIB del Ecuador por la actividad económica de Otros Servicios del cual se deriva la empresa ASINFO S.C. tiene una participación del 16,1% en el año 2009, por lo tanto aporta a la economía de nuestro país con 14.258.586 millones de dólares siendo un rubro considerable para el crecimiento del mismo. Con respecto a la adquisición

de Sistemas Informáticos específicamente software administrativos - financieros se visualiza un equilibrio en su producción y comercialización, tal como se observa en el Gráfico No.1, donde muestra el comportamiento del PIB, en donde existe una mayor demanda y consumo de los productos y servicios dentro del territorio nacional.

2.2.1.2 TASA DE INTERÉS

Expresión que se paga o se percibe por el uso temporal de una cantidad de dinero, que se calcula como porcentaje de la cantidad tomada en préstamo.²

Tasa de Interés Activa: es la que cobra por brindar dinero en forma de préstamos y créditos.³

Tasa de Interés Pasiva: es la que los bancos pagan a sus depositantes, por haber hecho el depósito y darle a la institución fondos monetarios.⁴

CUADRO No.3

Tasas de Interés			
MAYO 2009			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual
Comercial Corporativo	9.26	Comercial Corporativo	9.33
Comercial PYMES	11.20	Comercial PYMES	11.83
Consumo	15.69	Consumo	16.30
Consumo Minorista	18.53	Consumo Minorista	21.24
Vivienda	10.11	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.05	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	28.88	Microcrédito Acumulación Simple	33.30
Microcrédito de Subsistencia	30.37	Microcrédito de Subsistencia	33.90
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.42	Depósitos de Ahorro	1.43
Depósitos monetarios	1.70	Depósitos de Tarjetahabientes	1.44
Operaciones de Reporto	2.54		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			

² http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_interes.html

³ http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_interes_activa.html

⁴ http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_interes_pasiva.html

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.88	Plazo 121-180	6.57
Plazo 61-90	5.27	Plazo 181-360	6.83
Plazo 91-120	5.89	Plazo 361 y más	7.36
4. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
5. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.42	Tasa Legal	9.26
Tasa Activa Referencial	9.26	Tasa Máxima Convencional	9.33

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Análisis:

Actualmente en el Ecuador la Tasa de Interés Activa de acuerdo al Sistema Bancario es del 11,20% aplicado a las PYMES, por lo que ASINFO S.C. debe tomar en cuenta este aspecto si requiere un préstamo bancario en un futuro inmediato para el correspondiente pago de su interés de acuerdo al monto del préstamo otorgado por la Institución Financiera.

2.2.1.3 TASA DE INFLACIÓN

Es un indicador del crecimiento sostenido de los precios de los bienes y servicios expresados en porcentaje con relación a un periodo de tiempo, es decir es la tasa porcentual a la que crece el nivel de precios en una economía durante un período específico.⁵

CUADRO No.4
CUADRO ESTADÍSTICO DE LA TASA DE INFLACIÓN
PERIODO 2007-2009

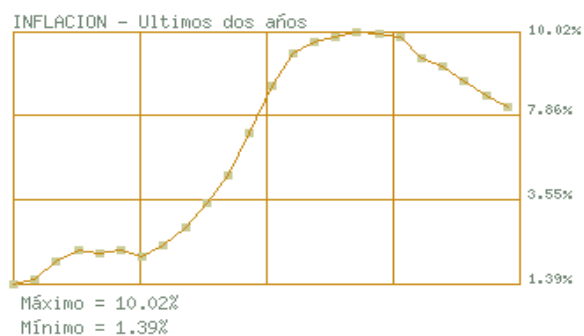
FECHA	VALOR
Abril-30-2007	1.39 %
Mayo-31-2007	1.56 %
Junio-30-2007	2.19 %
Julio-31-2007	2.58 %
Agosto-31-2007	2.44 %
Septiembre-30-2007	2.58 %
Septiembre-30-2008	9.97 %
Octubre-31-2007	2.36 %
Noviembre-30-2007	2.70 %

⁵ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Diciembre-31-2007	3.32 %
Enero-31-2008	4.19 %
Febrero-29-2008	5.10 %
Marzo-31-2008	6.56 %
Abril-30-2008	8.18 %
Mayo-31-2008	9.29 %
Junio-30-2008	9.69 %
Julio-31-2008	9.87 %
Septiembre-30-2008	9.97 %
Octubre-31-2008	9.85 %
Noviembre-30-2008	9.13 %
Diciembre-31-2008	8.83 %
Enero-31-2009	8.36 %
Febrero-28-2009	7.85 %
Marzo-31-2009	7.44 %

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

GRAFICO No.2



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Análisis:

La tasa de inflación del primer trimestre del año en curso muestra una disminución porcentual del índice de precios tanto de bienes como de servicios dentro del país, este decremento en la inflación para el área informática representa estabilidad con respecto a las ventas y a la creación de los sistemas informáticos.

2.2.2 Aspecto Social

2.2.2.1 TASA DE DESEMPLEO

Es el porcentaje que resulta del cociente entre el número de Desocupados (D) y la Población Económicamente Activa (PEA).⁶

Proporción de personas que desean trabajar y están en condiciones legales de hacerlo pero no encuentran un puesto de trabajo.

2.2.2.2 TASA DE DESEMPLEO ABIERTO.- Es el porcentaje que resulta de la relación entre el número de desempleados abiertos (DA) y la Población Económicamente Activa (PEA).⁷

2.2.2.3 TASA DE DESEMPLEO OCULTO.- Es el porcentaje que resulta de la relación entre el número de desempleados ocultos (DO) y la Población Económicamente Activa (PEA).⁸

CUADRO No.5

COMPORTAMIENTO DE LA TASA DE DESEMPLEO PERIODO 2007-2009

TASA DE DESEMPLEO

	2007 (Junio)	2007 (Septiembre)	2007 (Diciembre)	2008 (Marzo)	2008 (Junio)	2008 (Septiembre)	2008 (Diciembre)	2009 (Marzo)
NACIONAL URBANO	7,4%	7,1%	6,1%	6,9%	6,4%	7,1%	7,3%	8,6%
QUITO	5,9%	7,4%	6,1%	6,4%	5,9%	6,2%	5,8%	7,0%
GUAYAQUIL	8,9%	7,2%	7,0%	7,9%	8,7%	8,5%	9,5%	14,0%
CUENCA	5,6%	6,2%	5,0%	5,0%	4,6%	5,7%	4,4%	4,9%
MACHALA	6,3%	5,9%	3,5%	5,0%	6,4%	7,9%	8,7%	10,9%
AMBATO	4,2%	4,0%	6,6%	4,4%	4,3%	4,2%	3,8%	4,1%

TASA DE SUBEMPLEO BRUTA

	2007 (Junio)	2007 (Septiembre)	2007 (Diciembre)	2008 (Marzo)	2008 (Junio)	2008 (Septiembre)	2008 (Diciembre)	2009 (Marzo)
NACIONAL URBANO	53,7%	51,9%	50,2%	52,3%	50,1%	51,4%	48,8%	51,9%
QUITO	46,8%	42,8%	35,8%	36,2%	37,6%	40,5%	41,6%	45,1%
GUAYAQUIL	49,2%	48,8%	48,8%	50,0%	47,5%	50,6%	45,6%	50,6%
CUENCA	50,6%	44,2%	40,2%	44,5%	35,7%	37,7%	34,9%	41,5%
MACHALA	62,6%	54,2%	57,7%	54,3%	52,8%	54,0%	47,4%	55,1%
AMBATO	50,4%	50,9%	50,0%	58,2%	51,9%	52,8%	49,3%	58,5%

TASA DE OCUPADOS PLENOS

	2007 (Junio)	2007 (Septiembre)	2007 (Diciembre)	2008 (Marzo)	2008 (Junio)	2008 (Septiembre)	2008 (Diciembre)	2009 (Marzo)
NACIONAL URBANO	38,3%	40,2%	42,6%	38,8%	42,6%	41,1%	43,6%	38,8%
QUITO	46,1%	48,6%	56,3%	53,2%	55,3%	52,6%	51,7%	45,8%
GUAYAQUIL	41,4%	43,1%	43,0%	40,4%	43,3%	40,6%	44,6%	34,8%
CUENCA	43,7%	48,6%	53,3%	49,4%	58,9%	56,2%	60,5%	52,8%
MACHALA	30,5%	38,4%	37,7%	39,5%	40,6%	38,1%	43,7%	33,7%
AMBATO	44,3%	43,9%	42,0%	35,9%	41,9%	42,2%	46,6%	36,4%

FUENTE: INEC

⁶ http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_desempleo.html

⁷ http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_desempleo.html

⁸ http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_desempleo.html

Análisis:

El nivel de desocupación en nuestro país para el periodo diciembre 2008 a marzo del 2009 tiene un aumento de 1,30%, por ende se puede deducir que ASINFO como empresa de Diseño y Venta de Sistemas Informáticos tendría una baja considerable, debido a que las empresas no podrían invertir en ayudas informáticas ni tampoco contratar más personal, sin embargo viéndolo desde otro punto de vista la mayoría de empresarios prefieren adquirir ayudas Informáticas para utilizar menor recurso humano, lo que nos beneficiaría al momento de ofrecer nuestros servicios.

2.2.2.4 TASA DE MIGRACIÓN

La tasa de migración es la razón que se establece para medir la influencia de los movimientos migratorios dentro de la sociedad. Por lo tanto, se calcula en función de las personas que se marchan y las que ingresan dentro de un determinado grupo de población y en un periodo de tiempo concreto.⁹

CUADRO No.6

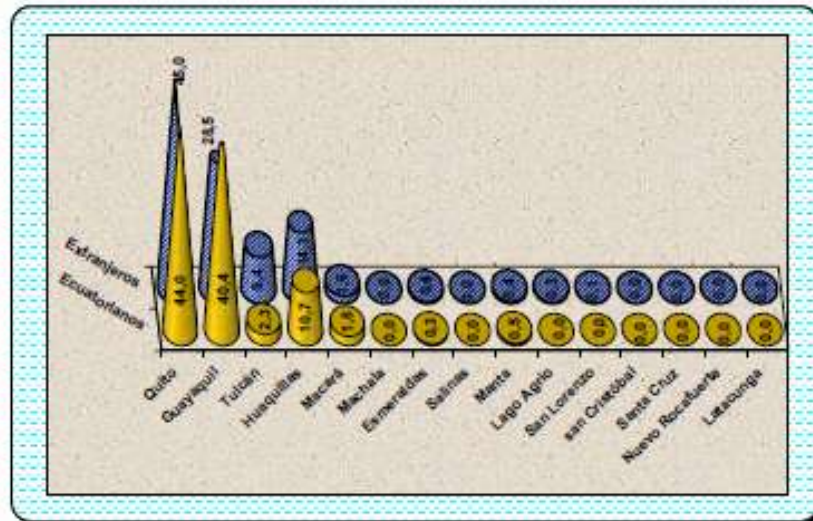
COMPORTAMIENTO DE LA TASA DE MIGRACIÓN PERIODO ENERO - AGOSTO DEL 2009

JEFATURAS DE MIGRACIÓN	Ecuatorianos	%	Extranjeros	%
Quito	240.079	44,0	287232	45,0
Guayaquil	220.597	40,4	182038	28,3
Tulcán	12.383	2,3	59708	9,4
Huaquillas	58.191	10,7	91323	14,3
Macará	10.040	1,8	10087	1,6
Machala	1	0,0	209	0,0
Esmeraldas	1.901	0,3	2350	0,4
Salinas	122	0,0	196	0,0
Manta	2.545	0,5	2701	0,4
Lago Agrio	30	0,0	1693	0,3
San Lorenzo	43	0,0	469	0,1
San Cristóbal	0	0,0	93	0,0
Santa Cruz	1	0,0	62	0,0
Nuevo Rocafuerte	78	0,0	162	0,0
Latacunga	1	0,0	23	0,0
TOTAL	545.992	100	638.346	100

FUENTE: INEC

⁹ <http://ofertasempleo.net/general/concepto-tasa-de-migracion>

GRAFICO No.3



FUENTE: INEC

Análisis:

La Tasa de Migración en el Ecuador para el año 2007 fue del 58,9% del total de la población, en donde hemos podido evidenciar el gran porcentaje de ecuatorianos que migran a diferentes países para conseguir estabilidad económica y un mejor futuro para sus familias, sin embargo por este motivo se ha ocasionado gran cantidad de desintegración familiar y a su vez nuestro país ha perdido demasiada mano de obra que ha impactado en la economía del mismo, con respecto al mercado de los sistemas informáticos se podría mencionar que habría una baja en la adquisición de los mismos, debido a que los empresarios tendrían menos personal trabajando en sus empresas, por ende se produciría menos y no tendrían la capacidad de invertir en algo adicional como son las ayudas informáticas.

2.2.2.5 EDUCACION Y TECNOLOGIA

Educación: El proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se

produce a través de la palabra, está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes.¹⁰

Tecnología Es el conjunto de habilidades que permiten construir objetos y máquinas para adaptar el medio y satisfacer nuestras necesidades. La actividad tecnológica influye en el progreso social y económico, pero también ha producido el deterioro de nuestro entorno.¹¹

Análisis:

La educación y la tecnología se encuentran estrechamente ligadas, debido a que ya no se usan los procesos tradicionales de educación y se ha fomentado a la utilización de tecnología para cualquier ámbito tanto educativo como empresarial, por lo tanto la gran aceptación de la tecnología en los últimos tiempos beneficia a la empresa ASINFO S.C., ya que los empresarios desean simplificar sus labores, utilizando pocas personas en labores específicas y al mismo tiempo producir más, razón por la cual los sistemas informáticos son de gran ayuda y optimizan tiempo y dinero.

2.3 ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE

2.3.1 INTRODUCCION

El análisis del Microambiente permite conocer todas las fuerzas de Porter que la empresa ASINFO S.C. analiza para lograr el cambio deseado.

Entre ellas tenemos a los proveedores, los competidores, intermediarios, clientes y público en general.

A partir del análisis del Microambiente nacen las oportunidades y amenazas de la empresa.

¹⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n>

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%AD>

2.3.2 LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Las Cinco Fuerzas del modelo de Porter es una herramienta reveladora de la estrategia de una Unidad de Negocio utilizada para hacer un análisis de la atractividad (valor) de una estructura de la empresa.¹²

2.3.2.1 FORTALEZAS DEL MODELO DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS.

BENEFICIOS

- El modelo es una fuerte herramienta para el análisis competitivo a nivel industrial.
- Proporciona una entrada útil para realizar un Análisis F.O.D.A.

2.3.2.2 LIMITACIÓN DEL MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

- No subestimar o sobreestimar la importancia de las fuerzas (existentes) de la organización.
- El modelo fue diseñado para analizar estrategias de negocio individuales. No hace frente a sinergias y a interdependencias dentro del portafolio de negocios de grandes corporaciones.
- De una perspectiva más teórica, el modelo no considera la posibilidad de que una industria pueda ser atractiva debido a que ciertas compañías están dentro de ella.
- Alguna gente demanda que el cambio de los entornos que son característicamente más rápidos, sistemáticos y radicales requieren acercamientos más flexibles, más dinámicos o emergentes a la formulación de la estrategia.
- A veces es posible crear mercados totalmente nuevos en lugar de buscar seleccionarlos de los ya existentes.

¹² http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html

2.3.2.3 AMENAZA ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:

Las barreras de entrada para los nuevos competidores depende de:

- Economías de escala.
- Requisitos de capital y de inversión.
- Los costos en que incurre el cliente para poder cambiar de proveedor.
- Acceso a tecnología.
- Lealtad a la marca.
- Regulaciones del gobierno.

La amenaza de entrada de nuevos competidores en un sector depende de: barreras de entrada (Ventajas de coste, diferenciación), la dificultad de acceso a canales de distribución y la reacción esperada.

No hay demasiadas barreras de entrada en este sector y, por tanto, la amenaza de entrada de nuevos competidores es muy alta.

2.3.2.4 ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES POTENCIALES

Existen varias posibilidades de que en el mercado de sistemas informáticos lideren empresas que a medida de su crecimiento y tiempo de experiencia en el campo empresarial hayan alcanzado un nivel óptimo de producción y consiguieron disminuir los costos, esto quiere decir que en cuanto más producen, menos les cuesta producir cada unidad.

Para ASINFO S.C. el ingreso de nuevos competidores significaría menos acceso a clientes potenciales, debido a que las grandes empresas de sistemas informáticos abarcarían un gran número de clientes en el mercado.

En la actualidad existen varias alternativas para adquirir capital de inversión, lo que hace que exista gran cantidad de microempresas que podrían ingresar con más facilidad al mercado.

Con relación a los costos en que incurre el cliente para cambiar de proveedor, se podría mencionar que implicaría varias áreas en una empresa, por ejemplo: nuevas capacitaciones al personal, adquisición de nuevos equipos acorde a los

requerimientos del nuevo proveedor y se perdería tiempo en la implantación del sistema, lo que dificultaría que clientes que ya tienen sus proveedores quieran cambiarse a uno nuevo.

El acceso de las empresas a la tecnología hoy en día es más fácil y necesario debido a que es indispensable para toda organización estar siempre a la par con las demás empresas, para poder realizar negocios con rapidez y eficiencia, sin embargo podría resultar una amenaza para ASINFO S.C., ya que las empresas que se dedican específicamente a la creación y venta de sistemas informáticos pueden realizar modificaciones y ajustes de los mismos con nueva y mejor tecnología lo que haría que la mayoría de clientes quiera adquirir dichos productos y simplificar el trabajo diario de la organización. La tecnología para la empresa ASINFO tiene un lado positivo y un lado negativo, debido a que las grandes empresas tendrían más facilidad para adquirir nueva tecnología y a su vez tienen más rentabilidad como para poder realizar un cambio de plataforma tecnológica, que en la actualidad tiene costos elevados y no todos están en la posibilidad de pagar por dicha tecnología, a esto se lo considera como un aspecto negativo; por otro lado si ASINFO tuviera la oportunidad de adquirir tecnología de punta de forma inmediata los sistemas informáticos tendrían grana acogida en el mercado y empezaría a incrementar su capacidad para atender a más clientes, con mejores servicios y estaría a la par con las más reconocidas.

Por otro lado en cuanto a la lealtad de la marca los clientes potenciales pueden inclinarse por la competencia debido a que se sientan identificados con ellos por diferentes aspectos como por ejemplo que la marca sea reconocida a nivel nacional, tenga gran cantidad de clientes e incluso por amistad, ya que los clientes fijos recomiendan a otras personas y estos acceden y compran los productos o servicios informáticos, esto quiere decir lo adquieren por recomendación de terceras personas.

Finalmente los aranceles que el gobierno pueda poner a importación de software, resulta negativo para las microempresas que se dedican a la informática y sería una limitación para su crecimiento en el mercado.

2.3.2.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

- **La estructura de la competencia.** La rivalidad será más intensa si hay muchos competidores pequeños o de igual tamaño; la rivalidad será menor si una industria tiene un claro líder de mercado.
- **La estructura de costos de la industria.** Las industrias con altos costos fijos animan a los competidores a fabricar a plena capacidad para bajar precios si es necesario.
- **Grado de diferenciación del producto.** Las industrias donde los productos son cómodos tienen típicamente una mayor rivalidad.
- **Costos de sustituir clientes.** Se reduce la rivalidad cuando los compradores tienen altos costos de cambio de proveedor.
- **Objetivos estratégicos.** Si los competidores persiguen estrategias agresivas de crecimiento, la rivalidad será más intensa. Si los competidores están simplemente "ordeñando" rentabilidad en una industria madura, el grado de rivalidad será típicamente bajo.
- **Barreras de salida.** Cuando las barreras para dejar una industria son altas, los competidores tienden a exhibir una mayor rivalidad.

En el mercado de Sistemas Informáticos existen varios competidores, sin embargo se puede citar como principales los proveedores, debido a que conocen el funcionamiento de la empresa y las actividades que realizan; y los empleados, ya que son ellos los que manipulan los sistemas de forma directa, dan solución a los inconvenientes e implementan nuevos requerimientos para un mejor funcionamiento, por lo que les sería fácil diseñar un sistema similar a los de ASINFO y ésta situación se convertiría en una amenaza para la empresa.

CUADRO N° 7

COMPETIDORES DE LA EMPRESA ASINFO S.C.

VARIABLES	ASINFO	COMPETENCIA					
		FENIX	SOFTNESA	NECTILUS	GRUPO MAS	EXACT SIIGO	INSOFT
SERVICIO AL CLIENTE							
Atención telefónica	x	X	x	x	x	x	x
Vía Remota	x	X				x	x
Internet	x	X	x	x	x	x	x
Página WEB		X		x	x	x	x
Visitas Técnicas	x	X	x			x	x
PLATAFORMA TECNOLÓGICA							
SQL Server	x	X	x	x	x		
Visual FoxPro	x	X					
Cristal Report		X					
Oracle		X					
Punto Net						x	X
Java							X
COSTO ACTUALIZACIONES							
Sin costo adicional		X					
De 100,00 a 200,00	x		x	x	x		X
De 201,00 a 300,00						x	
De 301,00 a 400,00							

En adelante							
COSTO SOPORTE TECNICO							
Sin costo adicional		X					
De 20,00 a 30,00			x		x		X
De 31,00 a 40,00	x			x		x	
De 41,00 a 50,00							
En adelante							
NUMERO DE MODULOS							
De 1 a 5			x				
De 6 a 10	x	x			x	x	X
De 11 a 15				x			
En adelante							

Elaborado por: Autora de Tesis

2.3.2.6 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES:

- Concentración de proveedores.
- Poder de la marca.
- Rentabilidad de los proveedores.
- Los proveedores amenazan con integrarse hacia adelante en la industria
- Los compradores no amenazan con integrarse como proveedores.
- Nivel actual de calidad y servicio.
- Costos de sustituir clientes.

Los proveedores con los que trabaja ASINFO S.C. son distribuidores y fabricantes en su mayoría por lo que nos proporcionan productos a más bajos costos y los podemos comercializar a precios accesibles para nuestros clientes logrando de esta forma obtener gran acogida y tener fidelidad de los mismos.

ASINFO S.C. mantiene relaciones comerciales con sus proveedores de la siguiente manera:

- Crédito a 45 días.
- Garantía de un año o de tres años dependiendo del producto que se adquiere.
- La entrega de los productos se realiza de dos formas: Los proveedores realizan la entrega a domicilio de los productos por compras superiores a \$100.00 y por compras inferiores ASINFO se acerca a las instalaciones de los proveedores para retirar el producto.

Uno de los factores más importantes en la empresa ASINFO S.C., es sin duda la relación que existe con los proveedores, ya que son ellos los que nos proporcionan los materiales en el momento adecuado, con la calidad acordada y con el grado de innovación que exige el mercado, es por ello que tanto ASINFO S.C. como los proveedores han empezado a desarrollar relaciones colaborativas entre las dos partes donde la mejora continua, las negociaciones transparentes y frecuentes son los ejes principales de actuación.

CUADRO N° 8**PRINCIPALES PROVEEDORES DE ASINFO S.C.**

PROVEEDORES	MONTO PARA ENTREGA A DOMICILIO	TIEMPO DE ENTREGA	FORMA DE PAGO	GARANTIA	STOCK REQUERIDO	DIVERSIDAD DE MARCAS	DSCTOS.	PRECIOS
XPC	100,00	1 día	45 días	1 año	FRECUENTEMENTE	SI	NO	ESTANDAR
TECNOMEGA	100,00	1 día	45 días	1 año	FRECUENTEMENTE	SI	NO	ESTANDAR
ZONA TECNOLOGICA	NO ENTREGAN A DOMICILIO	1 día	Inmediato	1 año	SIEMPRE	SI	NO	ALTOS
SODI COLOR	SIEMPRE ENTREGAN A COMICILIO	1 día	45 días	1 año	SIEMPRE		NO	ESTANDAR
AVANTEC	NO ENTREGAN A DOMICILIO	De 2 a 3 días	Inmediato	1 año	SIEMPRE	SI	NO	ALTOS
INFOLINK	NO ENTREGAN A DOMICILIO	2 días	Inmediato	1 año	SIEMPRE	SI	NO	ALTOS
JACKERS	NO ENTREGAN A DOMICILIO	1 día	Inmediato	1 año	FRECUENTEMENTE	SI	NO	ESTANDAR

Elaborado por: Autora de Tesis

2.3.2.7 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES:

- Concentración de compradores.
- Diferenciación.
- Rentabilidad de los compradores.
- Nivel actual de calidad y servicio.
- Amenaza de integración horizontal hacia atrás y hacia adelante en la industria.
- Costos de sustituir clientes.

Los Sistemas Informáticos de ASINFO S.C., están orientados a empresas comerciales, florícolas y ganaderas.

ASINFO S.C. trabaja con sus clientes bajo las siguientes condiciones:

- Crédito a 30 días.
- Los pagos pueden hacerse en su totalidad o al 70% de la firma del contrato y el 30% restante a la entrega del trabajo.
- Se proporciona previo a la instalación de los sistemas, soporte técnico vía telefónica, vía internet, acceso remoto o mediante visitas técnicas.

Resulta muy importante saber a qué público se dirige el producto, tener un concepto claro de a quién se dirige permitirá llegar a sus necesidades de manera exitosa.

El servicio de ASINFO S.C., se vende a un cliente, si no hay clientes, no hay ventas, y por lo tanto la empresa no tendría razón de ser. Por eso es muy importante conocer a los clientes, y esto se logra a través de una investigación de mercado que va a permitir conocerlo en profundidad y definir las estrategias comerciales, a su vez ayuda a conocer sus necesidades y patrones de comportamiento en referencia a los productos y servicios que oferta la organización y de esta manera generar vinculación entre las dos partes y lo más importante generar relaciones a largo plazo

Otro punto importante es “la atención al cliente”; en la última década esta ha sido clave para que una empresa se diferencie de la competencia, aún vendiendo más caro. Dependiendo del producto o servicio la atención al cliente va a variar. Un

producto debe cubrir una necesidad, por eso se debe conocer quién es el cliente, cuáles son sus necesidades y tratar de satisfacer sus expectativas.

2.3.2.8 ANALISIS DE TIPOS DE CLIENTES

Una empresa u organización tiene básicamente dos tipos de clientes:

Clientes Actuales

Están denominados por personas, empresas u organizaciones que hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado. En el caso de ASINFO S.C., el número de clientes actuales es de 91 distribuidos en Quito, Cayambe, Ambato y Latacunga. Las organizaciones con las que trabajan en la actualidad se dedican en su mayoría a la prestación de bienes y servicios como por ejemplo: AdrialPetro que mantiene actividades de venta de accesorios petroleros y a su vez brinda servicio de soporte en dichas empresas, Dispetrol que se dedica a la distribución de combustible mediante diversas sucursales en la ciudad de Quito y por último empresas como Qualisa y Nevaflor que realizan exportación de flores dentro y fuera del país; estas son algunas de las empresas más grandes con las que se maneja ASINFO S.C. mediante los sistemas informáticos administrativos.

Clientes Potenciales

Estos son aquellos que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro a corto, mediano o largo plazo y por lo tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

Como clientes potenciales para la empresa ASINFO S.C., se ha determinado que aproximadamente existen 100 posibles compradores de los sistemas, de los cuales 80 pertenecen a la ciudad de Quito, 10 ubicados en Cayambe, Otavalo e Ibarra y 10

en Latacunga y Machachi. Estas empresas en su mayoría son Florícolas, Haciendas y Hosterías.

2.3.2.9 ESTRATEGIAS Y MECANISMOS DE LA EMPRESA ASINFO S.C.

- En la empresa ASINFO S.C. se mantiene un mecanismo de obtención de base de datos de clientes potenciales a través de EXPOFLORES, con quien mantienen relaciones comerciales mediante un convenio existente entre las dos partes, el mismo que consiste en publicitar los productos y servicios de ASINFO S.C. en todas las ferias, exposiciones y capacitaciones que EXPOFLORES mantenga dentro y fuera de la ciudad.
- Con la empresa OVA también se mantiene un acuerdo, el cual consiste en proporcionar un demo de los sistemas de ASINFO S. C., para que la misma trabaje con ellos y los de a conocer en las diferentes instituciones que posee a su cargo.
- De forma semanal se envían correos electrónicos con información de los Sistemas Informáticos, indicando nuevas versiones, actualizaciones y costos de los mismos.
- Se realiza llamadas telefónicas a los posibles compradores para ofrecerles demostraciones de los productos que ofrece ASINFO S.C.

Sin embargo la empresa ASINFO S.C., ha tenido algunas falencias en cuanto a mantener sus clientes actuales, debido a que se centran únicamente en vender el producto a los clientes potenciales y dejan de lado a los clientes fijos, esto quiere decir que han descuidado el servicio que se les brinda y la atención pertinente de las Órdenes de Soporte, lo que en muchas ocasiones ha provocado la pérdida de algunos de los clientes. En el año 2008 ASINFO S.C. sufrió la pérdida de 3 de sus clientes que manejaban los sistemas desde hace más de 3 años, principalmente debido a la mala atención que se les brindó y a la demora de soluciones del sistema.

2.3.2.10 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS:

- Calidad.
- Buena voluntad de los compradores de substituir.
- El precio y desempeño relativos de los sustitutos.

- Los costos de cambiar al uso de sustitutos.

En el mercado de Sistemas Informáticos no se ha encontrado productos sustitutos debido a que el software es diseñado de acuerdo a las necesidades de cada cliente y se pueden ir modificando conforme van cambiando las leyes y reglamentos en el país o políticas de la empresa, como por ejemplo cambios por Instituciones del Estado como el SRI, IESS o Instituciones Bancarias.

Para comprender de mejor forma a lo que se refiere el producto en sí como sistema informático se puede definir que es un conjunto de partes que funcionan relacionándose entre sí con un objetivo preciso. Sus partes son: hardware, software y las personas que lo usan. Estos sistemas ayudan a simplificar las labores diarias de los usuarios y a su vez ayudan a los empresarios a distribuir al personal en forma adecuada de manera que no exista gran cantidad de gente trabajando en una misma área y al mismo tiempo mantener al día las actividades y obligaciones de la organización. Los sistemas informáticos dependen mucho de la tecnología debido a que existen muchos avances en la actualidad lo que ha permitido trabajar con más agilidad y eficiencia en cuanto a requerimientos de los clientes, es por ésta razón que los sistemas informáticos no tienen un sustituto que pueda abarcar todas las funciones que estos brindan.

2.4 ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

2.4.1 ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

- **EMPRESA:** ASINFO Asesores Informáticos S.C.
- **SECTOR ECONÓMICO:** Privado
- **ACTIVIDAD ECONÓMICA:** Relacionadas con el Análisis, Diseño y Programación de sistemas.
- **REGIÓN:** Sierra
- **PAÍS:** Ecuador
- **CIUDAD:** Quito

MARCO JURÍDICO

- **N° RUC:** 1791912845001
- **Apellidos y Nombres:** ASINFO Asesores Informáticos S.C.
- **N° Establecimiento:** 001
- **Estado:** Abierto
- **Actividades Económicas:** Actividades Relacionadas con el Análisis, Diseño y Programación de Sistemas.
- **Dirección Establecimiento**
 - **Provincia:** Pichincha
 - **Cantón.** Quito
 - **Parroquia:** Benalcázar
 - **Barrio:** San Gabriel
 - **Calle:** Borgeois
 - **N°:** N34-507
 - **Intersección:** Av. República
 - **Referencia:** A dos cuadras de la UTE
 - **Oficina:** 2A
 - **Teléfono:** 2245107
- **Fecha de Inicio:** 10/12/2003
- **Fecha de Inscripción:** 19/01/2004
- **Fecha de Constitución:** 10/12/2004
- **Fecha de Actualización:** 02/04/2009
- **Obligaciones Tributarias:** Declaración Mensual del IVA, Retenciones en la Fuente, Impuesto a la Renta Sociedades, Anexo Relación de Dependencia, Anexos Compras y Retenciones en la Fuente por Otros Conceptos.

CUADRO N° 9

NOMINA DE EMPLEADOS ASINFO S.C.

CARGO	DEPARTAMENTO
Gerente General	ADMINISTRATIVO
Gerente Técnico	TÉCNICO
Asistente Administrativa	ADMINISTRATIVO
Técnico 1	TÉCNICO
Técnico 2	TÉCNICO
Técnico 3	TÉCNICO
Contador General	ADMINISTRATIVO
Asistente Contable	ADMINISTRATIVO
Vendedora 1	VENTAS
Vendedora 2	VENTAS
Mensajero	ADMINISTRATIVO
TOTAL EMPLEADOS	11

Elaborado por: Autora de Tesis

2.4.2 DESCRIPCION DE LA EMPRESA COMO SOCIEDAD CIVIL

La Sociedad Civil es un contrato por el cual dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria, para realizar una actividad empresarial en común con ánimo de repartir entre sí las ganancias¹³.

CARACTERÍSTICAS

- El capital serán las aportaciones de los socios, sean dinerarias o no.
- No se exige un capital mínimo legal.
- Número mínimo de socios: dos. No existe número máximo.
- Podrá tener o no personalidad jurídica propia en función de que los pactos sean públicos o secretos.

CLASES DE SOCIEDAD CIVIL:

- Sociedad universal que puede ser de todos los bienes presentes o de las ganancias.
- Sociedad particular que tiene por objeto cosas determinadas, su uso, o sus frutos, o una empresa señalada, o el ejercicio de una profesión o arte.

RESPONSABILIDAD:

La responsabilidad de los socios es ilimitada.

DENOMINACIÓN SOCIAL:

Puede adoptar cualquier nombre que acompañará con la expresión "Sociedad Civil" o con las siglas "S.C.P", Sociedad Civil Particular.

CONSTITUCIÓN:

- Puede hacerse mediante:
- Contrato verbal.

¹³ <http://www.gabilos.com/ComoSeHace/FormasJuridicas/textoSociedadCivil.htm>

- Contrato privado escrito.
- Escritura Pública sólo en caso de aportaciones de bienes inmuebles, en cuyo caso deberá hacerse un inventario de éstos firmado por las partes, y que deberá unirse a la escritura.

REGISTRO MERCANTIL:

No existe obligación de inscribirse.

REGIMEN FISCAL:

Impuesto Renta Personas Físicas, rendimientos por actividades económicas.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS:

Los socios deben hacer efectivas las aportaciones que se hayan comprometido a realizar, o en su caso los intereses e indemnizaciones por incumplimiento. Los socios participan en las pérdidas y ganancias de forma proporcional a lo aportado, salvo en los casos en que haya pactos que lo modifiquen.

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD:

Los socios deciden la forma de administración: administrador único, administradores mancomunados. Si no se estipula el modo de administración, todos los socios tienen poder para obligar a la sociedad.

TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN. SOCIEDAD CIVIL:

Las personas físicas, es decir, los empresarios individuales, las Comunidades de Bienes y las Sociedades Civiles no requieren ningún trámite de Constitución ya que carecen de personalidad jurídica propia.

Las Comunidades de Bienes y las Sociedades Civiles están obligadas a firmar Escritura de Constitución únicamente cuando se aporten bienes inmuebles o derechos reales por los socios en el momento de constitución.

CUADRO N° 10

RESUMEN: DESCRIPCION DE LA EMPRESA COMO SOCIEDAD CIVIL

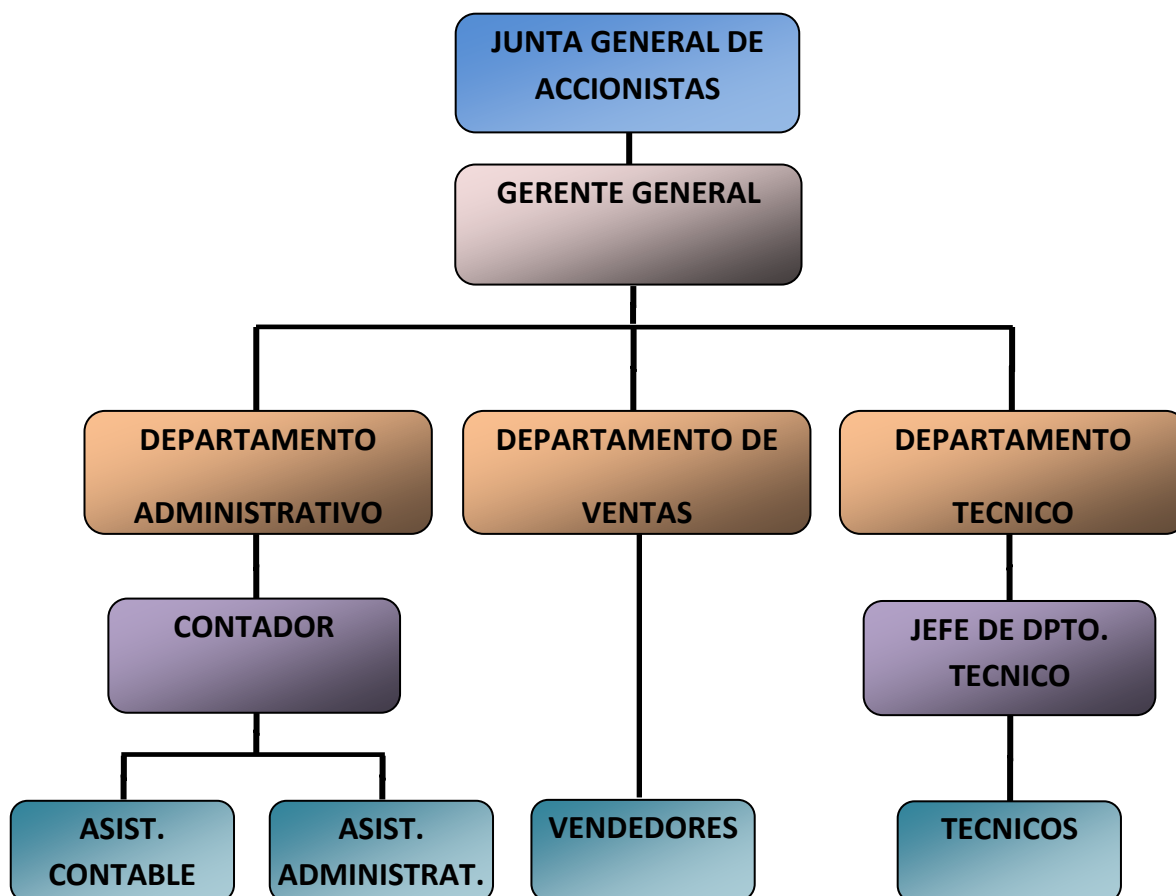
Forma jurídica	Sociedad Civil
Definición	Contrato por el cual dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria, para realizar una actividad empresarial en común con ánimo de repartir entre sí las ganancias.
Legislación	Código Civil
Capital Social mínimo	No existe mínimo legal
Número de socios	Mínimo dos
Personalidad	Física
Responsabilidad	Ilimitada
Denominación Social	Cualquier nombre acompañado de "Sociedad Civil" o "SCP"
Constitución	Escritura Pública si se aportan bienes inmuebles o derechos reales
Registro Mercantil	No existe obligación.
Régimen Fiscal	IRPF
Órganos de Administración	Administrador único, varios mancomunados, o todos los socios

Elaborado por: Autora de Tesis

2.4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ACTUAL

Se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- Junta General de Accionistas
 - Presidente
 - Gerente General
- Departamento Administrativo
- Departamento de Ventas
- Departamento Técnico



2.4.4 ANÁLISIS INTERNO MATRIZ DE IMPACTOS

2.4.4.1 FORTALEZAS

➤ **F1: Experiencia y conocimiento del personal de servicio técnico.**

El personal de servicio técnico presenta un nivel adecuado de experiencia y conocimientos; puesto que a más de trabajar en este tipo de empresa sus estudios universitarios han sido desarrollados en Ingeniería de sistemas, siendo éste un factor importante.

➤ **F2: Precios de los productos (sistemas) más bajos que la mayoría de competidores**

Los precios de los sistemas informáticos en la empresa ASINFO S.C., son bajos en relación a los que maneja la competencia, por ende tiene gran acogida en el mercado.

➤ **F3: Productos y servicios atractivos e innovadores**

Los sistemas informáticos que ofrece ASINFO S.C., van de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los clientes, ya que no todas las empresas se manejan de la misma forma y tienen la posibilidad de aumentar o disminuir las propiedades u opciones que poseen los diferentes sistemas informáticos.

➤ **F4: Rápida adaptación a las exigencias del cliente.**

Al ser una organización, con estructuras flexibles y sistemas definidos, pueden adaptarse a los cambios en las exigencias de los clientes.

➤ **F5: Producto de calidad.**

ASINFO vende un software para apoyo administrativo, contable y financiero que se adapta a todas las áreas empresariales.

➤ **F6: Recurso Humano con aptitudes y capacidad para ser desarrolladas.**

En toda la sociedad y por ende en toda organización, las personas tienen aptitudes y capacidades para ser desarrolladas; es decir, poseen la capacidad pero no tienen la formación técnica para desempeñar adecuadamente sus funciones.

➤ **F7: Amplia gama de alternativas de módulos o paquetes informáticos**

Existe gran variedad de módulos informáticos y para cada necesidad empresarial, debido a que se los realiza de acuerdo a los requerimientos de los empresarios.

➤ **F8: Gran ambiente de compañerismo**

Este aspecto es sin duda algo fundamental en cualquier ámbito laboral, y la empresa ASINFO tiene un excelente ambiente laboral, que sin duda ha logrado mantener en condiciones óptimas los procedimientos y la creación en si de los sistemas, ya que se maneja respeto, cooperación y trabajo en equipo.

2.4.4.2 DEBILIDADES.

➤ **D1: Administración empírica.**

La principal debilidad de la empresa consiste en que la gerencia está en manos de un profesional que no tiene conocimientos suficientes de administración de negocios, por esta razón se ha visto obligado a la contratación de consultorías externas.

➤ **D2: Fuerza de ventas orientado a la venta y no al servicio.**

El personal de ventas tiene un objetivo erróneo, que consiste en vender de cualquier forma, sin prestarle ninguna atención al cliente, en lo que se refiere a sus necesidades, esto se produce debido a la falta de políticas que impulsen un servicio al cliente con calidad.

➤ **D3: Cuenta únicamente con una sucursal en la ciudad de Quito**

Este aspecto es sin duda la clave de éxito para cualquier organización, debido a que si tiene sucursales expandidas a nivel nacional o local tendría mayor acogida en el mercado y mejoraría la atención al cliente, ya que se prestaría con mayor rapidez las órdenes de soporte y se cumpliría a cabalidad las visitas técnicas sin demora alguna.

➤ **D4: Incumplimiento de convenios con los clientes**

En algunos aspectos importantes para los clientes como son las visitas técnicas existe en su mayoría incumplimiento por parte de ASINFO S.C., esto se refiere específicamente a los retrasos que se ocasionan por circunstancias de fuerza mayor

dentro de la oficina y se incumple las visitas a los clientes o se llega a horas no acordadas con el mismo, ocasionando molestia en los usuarios.

➤ **D5: Personal Insuficiente**

ASINFO en los últimos años ha venido ganando clientes, lo que ha hecho que exista mayor movimiento en cuanto a soporte técnico, sin embargo para la cantidad de usuarios que maneja no existe el número de personal adecuado para abarcar los requerimientos y dudas de los mismos.

➤ **D6: Desmotivación del Personal.**

Un personal desmotivado, es un personal que no produce; por la simple razón, de no encontrar agradable su labor; además de considerarse al personal el mejor recurso que posee una organización y en torno a él giran los demás.

➤ **D7: Mala atención al cliente**

No existe una política de atención al cliente, lo que ha hecho que se dé prioridad a ciertos usuarios y se relegue a los demás, ocasionando molestia en los mismos, ya que dejan de lado las órdenes de soporte que envían y se tardan demasiado en la atención y solución de los requerimientos.

➤ **D8: No existen políticas de capacitación al Personal.**

Un desempeño de los empleados no acorde a las expectativas del propietario y el cliente, se deriva de la falta de capacitación adecuada.

➤ **D9: Deficiencia en los Sistemas de comunicación Interna.**

Consiste en la mala relación comunicativa que se produce entre el propietario o administrador con los empleados. Al suceder esto, se produce una desinformación total de las anomalías que acontezcan en la operación de la organización.

➤ **D10: Inexistencia de un Sistema de Quejas y Sugerencias.**

No existe un sistema de quejas y sugerencias que brinde la oportunidad al cliente de expresar sus sentimientos positivos y negativos; ya que, la mejor manera de expresarse es la manera escrita.

➤ **D11: Escaso esfuerzo publicitario**

Tienen un valor mensual de publicidad y propaganda, sin embargo no se lo direcciona de la mejor forma y en muchas ocasiones se lo utiliza para otro tipo de gasto, lo que ha hecho que no se aplique la mejor publicidad para expender los sistemas informáticos.

➤ **D12: Desconocimiento de estrategia y precios de la competencia**

No se lleva a cabo una técnica que les permita conocer lo que la competencia realiza para captar o mantener a sus clientes.

➤ **D13: Capital operativo insuficiente y escasa infraestructura.**

Otra debilidad organizacional constituye un insuficiente e inadecuado capital de trabajo, el mismo que repercute limitando en el pago de una remuneración al personal acorde a las condiciones del mercado.

➤ **D14: No cuenta con manuales de procedimiento**

La empresa ASINFO S.C., no cuenta con manuales de procedimiento de los sistemas informáticos que vende, razón por la cual los clientes deben acudir a los diferentes medios de comunicación como son Internet, teléfono, visitas técnicas o acceso remoto, lo que ocasiona gran demora en el proceso de atención de los requerimientos y a la vez molestia en los usuarios.

2.4.5 ANALISIS EXTERNO DE LA MATRIZ DE IMPACTOS

2.4.5.1 OPORTUNIDADES.

➤ **O1: Crecimiento del mercado.**

El mercado de servicios informáticos, se encuentra en una etapa de crecimiento, puesto que siempre existen un inmenso número de empresas que requieren estos servicios, por el hecho de facilitar sus sistemas empresariales y de tributación.

➤ **O2: Implantación de una filosofía enfocada al servicio al cliente**

Tener a la organización montada, alineada y enfocada en la estrategia de servicio haciendo que este proceso sea dinámico y flexible. Es conocido por todos los entendidos en el tema, que la implantación de un adecuado sistema mejora

notablemente la situación de cualquier empresa, al ofrecer un prestigio y una buena imagen ante los clientes actuales y potenciales.

➤ **03: Pocas empresas conocidas y de prestigio.**

En el mercado, no existen gran cantidad de empresas que actúen con la misma eficacia, lo que a criterio de los clientes, no satisface a cabalidad sus expectativas.

➤ **04: Ferias en Centros de exposiciones.**

Por tratarse de un sector importante para el desarrollo empresarial, se presentan continuamente ferias promocionales en las cuales se puede acceder a nuevos clientes.

➤ **05: El cliente siempre busca un mejor servicio.**

El cliente al no encontrarse satisfecho con el servicio brindado en algunas empresas, las abandona para ir en busca de otra, en la cual se ofrezca un servicio profesional y personalizado, lo que va a satisfacer sus expectativas.

➤ **06: Existencia de gran número de proveedores**

Para el área de informática existe gran número de proveedores que cumplen con las expectativas de ASINFO y con la calidad requerida para los sistemas informáticos que diseñan y expenden a sus clientes, a su vez cumplen con el tiempo de entrega y con la garantía respectiva por producto.

➤ **07: Todas la empresas tienden a sistematizar sus procesos**

Debido a los grandes avances que en la actualidad se han dado las empresas deben estar al día con la tecnología y los avances científicos, ya que es una forma de optimizar tiempo y recursos, aprovechando al máximo al personal que trabaja en la compañía y produciendo en gran cantidad, para de esta forma abarcar a todos sus clientes y cumplir con las expectativas de los mismos.

➤ **08: Clientes identificados con la empresa.**

Posee un mercado establecido, a pesar de la competencia existente.

➤ **09: Actualización permanente de nuevas tecnologías.**

ASINFO está al día en la información acerca de nuevas tecnologías, porque reciben instrucción y realizan investigación periódicamente.

2.4.5.2 AMENAZAS.

➤ **A1: Ingreso de nuevos competidores.**

Como se mencionó anteriormente, el sector de la informática se ha convertido en un eje primordial para la operativización de las empresas que adquieren este servicio, por esta razón muchos nuevos negocios se han creado para satisfacer este mercado provocando una disminución en el volumen de ventas de los pequeños negocios. La razón fundamental para que esto suceda constituye la gran capacidad económica y de infraestructura que poseen las grandes empresas.

➤ **A2: Inestabilidad económica y política del país.**

La situación política y económica que atraviesa el país es inestable, lo que hace que la mayor parte de las empresas no se atrevan a invertir más capital para su funcionamiento. Además la crisis ocasiona una disminución en el poder adquisitivo de los consumidores lo que hace que la demanda o venta de los productos ofrecidos disminuya.

➤ **A3: Alta sensibilidad de los clientes ante el incremento de precios.**

Cuando los precios de los servicios se incrementan, los clientes cambian su posición buscando otras empresas que ofrezcan un servicio similar a menor costo, aunque esto conlleve a disminuir la calidad de los sistemas.

➤ **A4: Aranceles fijados por el gobierno para las importaciones**

Esto se convierte en una amenaza debido a que con las reformas y aranceles fijados por el gobierno para las importaciones de software, generaría una limitación y por lo tanto impedimento para que las microempresas entre ellas ASINFO puedan crecer y dar un servicio adecuado a todos sus usuarios.

➤ **A5: Desconocimiento de algunos aspectos de la Competencia.**

Otro factor que perjudica a un negocio, es la falta de conocimientos de las estrategias que aplica la competencia para captar y mantener su mercado.

➤ **A6: Para que ASINFO brinde un soporte con calidad necesita que sus clientes dispongan de tecnología mínima requerida en sus instalaciones.**

Debido a la plataforma con la que ASINFO diseña los software, se requiere algunas características mínimas en los computadores de los clientes, para que los sistemas funcionen con normalidad y no tengan inconvenientes con el paso del tiempo, además de un antivirus que proteja de forma permanente las máquinas que se

encuentran en red y en especial con el servidor de los sistemas ASINFO, ya que si no cumplen con las disposiciones que indica la empresa, pueden surgir en un futuro inconvenientes e inclusive pérdida de información que no se podrá recuperar con facilidad o por lo menos en su totalidad.

CUADRO N° 11

ANALISIS MATRIZ DE IMPACTOS

ALTO = 5 MEDIO = 3 BAJO = 1																	SUMA
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	A1	A2	A3	A4	A5	A6		
	OPORTUNIDADES.									AMENAZAS.							
FORTALEZAS																	
F1	5	3	5	1	5	3	5	5	5	5	1	5	3	3	5		59
F2	5	3	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	3	5	3		61
F3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	1	3	3		59
F4	5	5	5	1	5	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3		55
F5	3	5	5	1	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	3		59
F6	5	5	3	1	3	1	5	3	5	3	1	1	1	1	3		41
F7	3	3	5	3	5	3	5	5	5	3	3	3	1	5	3		55
F8	3	5	1	1	5	1	1	3	3	3	1	3	1	3	3		37
DEBILIDADES																	
D1	5	5	5	1	3	3	5	1	1	5	3	5	3	3	3		51
D2	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	1	5	3	5	5		65
D3	5	5	5	3	5	3	5	3	1	5	3	3	1	3	3		53
D4	5	5	3	1	5	3	5	3	1	5	1	3	3	3	3		49
D5	5	5	3	1	5	1	5	3	1	5	1	3	1	5	1		45
D6	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1		25
D7	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	1	3	1	5	3		55
D8	5	5	3	1	3	3	5	3	5	5	1	3	1	3	3		49
D9	5	5	3	1	5	3	5	5	3	5	1	3	1	1	3		49
D10	5	5	3	1	5	3	5	5	3	5	1	3	1	5	3		53
D11	5	3	5	5	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3		47
D12	5	3	5	3	5	3	5	5	3	5	1	3	1	5	1		53
D13	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	1	5	1	5	3		49
D14	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	1	1	1	3	3		53
SUMA	103	99	89	45	99	63	101	89	81	97	37	77	39	83	65		

Elaborado por: Autora de Tesis

2.4.6 ANÁLISIS MATRIZ DE IMPACTOS

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

Con respecto a la matriz FODA de la empresa ASINFO S.C., se puede visualizar que el aspecto más relevante en cuanto a las fortalezas de la misma es tener los precios de los sistemas más bajos que la competencia, logrando así que las ventas se incrementen y se mantengan fijos los clientes que ya poseen las ayudas informáticas que oferta la compañía.

Con respecto a las oportunidades existe una gran ventaja en cuanto al crecimiento del mercado, esto se debe a que los empresarios buscan simplificar las actividades de sus instituciones y la forma más adecuada de hacerlo es teniendo ayuda informática, que permita mostrar resultados al instante y mantener un orden lógico en todo lo que se realiza en ella.

Sin embargo la debilidad más grande que ASINFO S.C., posee al momento es fijarse únicamente en las ventas y no orientarse a cumplir con las exigencias de los clientes en cuanto al servicio que se les presta, es decir la atención diaria para solucionar cualquier tipo de inconvenientes que se presenten con respecto a los sistemas informáticos, por lo que ha provocado en varias ocasiones la pérdida de algunos de los clientes que mantenían relaciones laborales con la compañía.

Finalmente, ASINFO S.C., ha descuidado algunos de los aspectos más importantes que una empresa debe manejar para mantener y adquirir nuevos clientes, siendo el más relevante, el desconocimiento que posee con respecto a la competencia, esto engloba todo lo relacionado con atención al cliente, precios e inclusive la forma de captar y retener a los mismos.

2.4.7 MATRICES DE EVALUACIÓN EFE Y EFI

Al realizar las matrices de evaluación de factores podemos tener una idea clara de la administración estratégica tanto interna como externa de ASINFO S.C.

Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa aspectos fundamentales dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas, se debe aplicar juicios intuitivos, ya que no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente.¹⁴

La elaboración de una Matriz EFE y EFI consta de cinco pasos:

Hacer una lista de los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso de la auditoría externa. Abarcando un total de entre diez y veinte factores. En esta lista se debe ser lo más específico posible, usando porcentajes, razones y cifras comparativas en la medida de lo posible.

1. Asignar un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. Los pesos adecuados se pueden determinar comparando a los competidores que tienen éxito con los que no lo tienen o analizando el factor en grupo y llegando a un consenso. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
2. Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito con el objeto de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor.
 - 4 = una respuesta superior
 - 3 = una respuesta superior a la media
 - 2 = una respuesta media
 - 1 = una respuesta mala.

Las calificaciones se basan en la eficacia de las estrategias de la empresa.

3. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.

¹⁴ <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>

4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización.

El total ponderado más alto que puede obtener la organización es 4.0 y el total ponderado más bajo posible es 1.0. El valor del promedio ponderado es 2.5.

2.4.7.1 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE)

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.¹⁵

CUADRO N° 12

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE)

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Crecimiento del mercado.	0,09	4	0,36
Implantación de una filosofía enfocada al servicio al cliente	0,07	4	0,29
Pocas empresas conocidas y de prestigio.	0,06	3	0,19
Ferias en Centros de exposiciones.	0,05	3	0,16
El cliente siempre busca un mejor servicio.	0,07	4	0,29
Existencia de gran número de proveedores	0,05	3	0,16
Todas la empresas tienden a sistematizar sus procesos	0,08	4	0,32
Clientes identificados con la empresa.	0,07	3	0,21
Actualización permanente de nuevas tecnologías.	0,06	4	0,25
AMENAZAS.			
Ingreso de nuevos competidores.	0,09	2	0,18
Inestabilidad económica y política del país.	0,06	2	0,13
Alta sensibilidad de los clientes ante el incremento de precios.	0,06	1	0,06

¹⁵ <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>

Aranceles fijados por el gobierno para las importaciones	0,06	1	0,06
Desconocimiento de algunos aspectos de la Competencia	0,05	2	0,11
Para que ASINFO brinde un soporte con calidad necesita que sus clientes dispongan de tecnología mínima requerida en sus instalaciones.	0,05	1	0,05
SUMA MATRIZ	1,00		2,81

Elaborado por: Autora de Tesis

2.4.7.1.1 ANALISIS DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

Luego de haber realizado la matriz de evaluación de factores externos, se ha demostrado que existen muchas oportunidades para ser aprovechadas por la organización, siempre y cuando la empresa potencie sus fortalezas y corrija los mecanismos que eviten el fuerte impacto que pueden generar sus amenazas

De esta forma se obtendrá mayor número de clientes que se sientan identificados con la empresa y se dará a conocer en el mercado empresarial, logrando así incrementar sus ventas y obtener mayor utilidad.

2.4.7.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)

Un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración estratégica consiste en constituir una matriz EFI. Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fortalezas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es muy importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales. La matriz EFI se desarrolla siguiendo cinco pasos:¹⁶

¹⁶ <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>

CUADRO N° 13
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS.			
Experiencia y conocimiento del personal de servicio técnico.	0,04	3	0,13
Precios de los productos (sistemas) mas bajos que la mayoría de competidores	0,05	4	0,19
Productos y servicios atractivos e innovadores.	0,05	4	0,19
Rápida adaptación a las exigencias del cliente	0,05	3	0,14
Producto de calidad	0,05	4	0,21
Recurso Humano con aptitudes y capacidad para ser desarrolladas.	0,04	3	0,13
Amplia gama de alternativas de módulos o paquetes informáticos	0,05	3	0,14
Gran ambiente de compañerismo	0,03	3	0,09
DEBILIDADES.			
Administración empírica.	0,06	1	0,06
Fuerza de ventas orientado a la venta y no al servicio.	0,06	1	0,06
Cuenta únicamente con una sucursal en la ciudad de Quito	0,03	2	0,06
Incumplimiento de convenios con los clientes	0,05	1	0,05
Personal Insuficiente	0,04	1	0,04
Desmotivación del Personal.	0,03	2	0,06
Mala atención al cliente	0,06	1	0,06
No existen políticas de capacitación al Personal.	0,04	1	0,04
Deficiencia en los Sistemas de comunicación Interna.	0,03	2	0,06
Inexistencia de un Sistema de Quejas y Sugerencias.	0,04	1	0,04
Escaso esfuerzo publicitario	0,04	1	0,04
Desconocimiento de estrategia y precios de la competencia	0,04	2	0,07
Mala planificación de los procesos de prestación de servicios	0,05	1	0,05
Capital operativo insuficiente y escasa infraestructura.	0,03	2	0,06
No cuenta con manuales de procedimiento	0,05	1	0,05
SUMA MATRIZ	1,00		1,97

Elaborado por: Autora de Tesis

2.4.7.2.1 ANALISIS DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

La empresa ASINFO S.C., está por debajo del promedio; esto se debe a que tienen mayor influencia las debilidades que las fortalezas, por lo tanto la organización debe corregir las debilidades para poder en un futuro ubicarse como una empresa competitiva, y acceder a mejores oportunidades en cuanto a la obtención de nuevos clientes e inclusive poder competir con las empresas más grandes y reconocidas a nivel nacional y poder tener una visión más amplia de competir a nivel internacional con empresas líderes en el mercado de sistemas informáticos.

CAPITULO III

ESTUDIO DE **MERCADO**

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

La investigación del mercado proporciona una guía de análisis de la situación actual tanto de la demanda como de la oferta y sus respectivas proyecciones.

Además a través de este estudio se propone identificar las variables que inciden en la demanda insatisfecha y de esta forma localizar un nicho estratégico que la organización sea capaz de explotar.

Dentro de un proyecto de investigación uno de los aspectos más importantes y relevantes es sin duda el estudio de mercado, debido a que se puede conocer las necesidades del grupo meta, en este caso se encuentra dirigido a los sistemas informáticos de la empresa ASINFO S.C.

Al realizar el estudio de mercado en la actividad que desarrolla ASINFO S.C. se podrá obtener una visión clara de las estrategias que se deberán aplicar para mejorar los aspectos negativos en los que incurre la empresa y a su vez conocer la inversión que requerirá ASINFO S.C., para cubrir con todas sus necesidades.

Para conocer el comportamiento de la oferta y la demanda del mercado, se procederá a la aplicación de encuestas dirigidas tanto a clientes potenciales como a clientes fijos de la compañía, de esta forma se podrá conocer que tipo de estrategias serán las más apropiadas para corregir las falencias y fortalecer los aspectos positivos de la misma.

3.1 SEGMENTACIÓN

La segmentación consiste en dividir un mercado heterogéneo en partes. Los segmentos identificados han de ser homogéneos en su interior, pero heterogéneos en relación con el exterior.¹⁷

Para la empresa ASINFO S.C. y tomando en cuenta su estructura y organización se considera que las variables para la segmentación son la división por zonas geográficas, para este efecto se ha determinado la provincia de Pichincha, ésta

¹⁷ LOUDON, David. Comportamiento del Consumidor. Ed. MacGraw-Hill, 2007, pag. 33

variable permitirá identificar un perfil específico de los consumidores y los intermediarios o distribuidores del servicio.

3.1.1 DETERMINACION DEL MERCADO META

Toda empresa u organización necesita obligatoriamente identificar y seleccionar los mercados específicos hacia los que dirigirá sus esfuerzos de marketing con la finalidad de lograr los objetivos que se ha propuesto.¹⁸

Los empresarios requieren simplificar el trabajo dentro de sus organizaciones, lo que hace que todos ellos tengan una misma necesidad, por ende ésta característica en común hace que ASINFO tenga como mercado meta potencial de las empresas comerciales, industriales y de servicios a nivel local que permitirían posesionarla y facilitar la penetración en el mercado.

3.2 ESTABLECIMIENTO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es el plan de acción. Indica la secuencia de los pasos a seguir. Permite al investigador precisar los detalles de la tarea de investigación y establecer las estrategias a seguir para obtener resultados positivos, además de definir la forma de encontrar las respuestas a las interrogantes que inducen al estudio.¹⁹

La investigación de mercados está enfocada básicamente a la obtención de información acerca del entorno empresarial y de esta forma facilitar la toma de decisiones para mejorar ciertos aspectos negativos de la organización.

La investigación de mercados constará en lo siguiente:

- **Tamaño de la Muestra.-** Es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.²⁰
- **Diseño de la Encuesta.-** Consiste en la elaboración de un conjunto de preguntas abiertas, cerradas o mixtas, con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población, las

¹⁸ <http://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>

¹⁹ <http://www.aibarra.org/investig/tema0.htm>

²⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Tama%C3%B1o_de_la_muestra

mismas que deberán ser aplicadas sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación.²¹

- **La recolección de datos.**- Es la obtención efectiva de la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.²²
- **El análisis de datos.**- Es la actividad de transformar un conjunto de datos con el objetivo de poder verificarlos muy bien dándole al mismo tiempo una razón de ser o un análisis racional. Es analizar los datos de un problema e identificarlos.²³

3.2.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

En este caso se realizarán dos tipos de encuestas; una para clientes fijos, de esta forma se podrá determinar cuales son las necesidades en cuanto a servicio al cliente dentro de la empresa ASINFO S.C., y otra para clientes potenciales, permitiendo conocer diversas opiniones de empresarios que tienen sistemas informáticos similares en sus organizaciones, cuantos de ellos no poseen aún ayuda informática, y como debería ser el servicio al cliente en este tipo de empresas, de esta forma ASINFO S.C. podrá ofertar sus servicios en dichas empresas, a su vez tomar en cuenta las quejas más acentuadas en cuanto al servicio al cliente y aplicar estrategias adecuadas que permitan mejorar la calidad en la atención.

La fórmula general que permite definir el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \times N(p \times q)}{(p \times q) \times z^2 + (N - 1)e^2}$$

Determinación del tamaño de la muestra para clientes fijos de ASINFO S.C.

El tamaño de la muestra para la empresa ASINFO S.C., fue determinada de acuerdo al número de clientes fijos, este grupo seleccionado de personas dará a conocer sus opiniones y expectativas de los servicios que brinda la organización.

²¹ SALVADOR, Manuel. Investigación de Mercados. Ed. MacGraw-Hill, 2008, pag. 167

²² SALVADOR, Manuel. Investigación de Mercados. Ed. MacGraw-Hill, 2008, pag. 248

²³ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_datos

CÁLCULO MUESTRAL

N = Tamaño del universo

p= Probabilidad éxito

q= Probabilidad fracaso

Z= Nivel de confianza

e= Error

Para determinar el tamaño de la muestra en referencia a los clientes actuales de la empresa ASINFO S.C., se considera en este caso la población total **N = 90**, estableciéndose un nivel de error de **e = 5%**, complementariamente fijando un nivel de confianza de **Z=95%** que corresponde a **1,96**, mediante el uso de la “tabla z”. Finalmente, se define la probabilidad de éxito **p = 80%** y la probabilidad de fracaso **q = 20%**.

CÁLCULO MUESTRAL

N = 90

p= 0.80

q= 0.20

Z= 1.96

e= 5 % = 0.05

$$n = \frac{z^2 \times N(p \times q)}{(p \times q) \times z^2 + (N - 1)e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times (90)(0,80 \times 0,20)}{(0,80 \times 0,20) \times (1,96)^2 + (90 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{18,24}{0,83}$$

n = 21,98 $\approx$ 22 Encuestas

De acuerdo a la fórmula aplicada se ha determinado que se deben realizar 22 encuestas a los clientes fijos de la empresa ASINFO S.C., puesto que este número es considerado como una muestra representativa.

La encuesta que se ha diseñado para los clientes, consta de 9 preguntas, las cuales permitirán conocer la percepción de los mismos con respecto a la atención prestada por la empresa diariamente en referencia a la solución de inconvenientes o preguntas frecuentes que se presentan con el uso cotidiano de los sistemas informáticos.

Determinación del tamaño de la muestra para Clientes Potenciales

Para determinar el tamaño de la muestra en referencia a los clientes potenciales, se considera en este caso la población total $N = 15743$, estableciéndose un nivel de error de $e = 10\%$, complementariamente fijando un nivel de confianza de $Z=90\%$ que corresponde a $1,65$; mediante el uso de la “tabla z”. Finalmente, se define la probabilidad de éxito $p = 80\%$ y la probabilidad de fracaso $q = 20\%$.

CÁLCULO MUESTRAL

$$N = 15743$$

$$p = 0.80$$

$$q = 0.20$$

$$Z = 1.65$$

$$e = 10 \% = 0,10$$

$$n = \frac{z^2 \times N(p \times q)}{(p \times q) \times z^2 + (N - 1)e^2}$$

$$n = \frac{1,65^2 \times (15743)(0,80 \times 0,20)}{(0,80 \times 0,20) \times (1,65)^2 + (15743 - 1)(0,10)^2}$$

$$n = \frac{6857,73}{157,86}$$

$$n = 44 \text{ Encuestas}$$

De acuerdo a la fórmula aplicada se ha determinado que se deben realizar 44 encuestas a los clientes potenciales del Norte de la ciudad de Quito, puesto que este número es considerado como una muestra representativa.

La encuesta que se ha diseñado para los clientes potenciales, consta de 8 preguntas, que permitirán conocer las expectativas de los mismos con respecto a los sistemas informáticos que brindan las diferentes empresas dedicadas al desarrollo y diseño de software y a la vez visualizar el mercado potencial de empresarios que no poseen ayudas informáticas.

3.2.2 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Consiste en la elaboración de un conjunto de preguntas abiertas, cerradas o mixtas, con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población, las mismas que deberán ser aplicadas sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación.²⁴

3.2.2.1 ENCUESTA DE SATISFACCION DE CLIENTES DE LA EMPRESA ASINFO S.C.

Señor cliente

Objetivo

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la percepción de los clientes de ASINFO S.C., respecto de los sistemas informáticos, en cuanto a calidad del producto, servicio, precios y canales de acceso para la solución de inconvenientes con los mismos.

FECHA: _____ **CIUDAD** _____

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA _____

1. CONOCER LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS QUE POSEEN LAS EMPRESAS.

¿Qué sistemas informáticos posee su empresa?:

SYSCONT ☐

SIDECOM ☐

SIPRO ☐

²⁴ SALVADOR, Manuel. Investigación de Mercados. Ed. MacGraw-Hill, 2008, pag. 167

2. DETERMINACIÓN DE SATISFACCIÓN GENERAL

¿Cuál es su percepción de ASINFO S.C. frente a la competencia, con respecto a los siguientes factores:

	1	2	3	4	5	NA
Imagen						
Seguridad y Confiabilidad						
Servicio, antes, durante y después de la venta						
Diseño						
Calidad						
Precio						

Siendo 1 deficiente y 5 excelente, califique de 1 a 5 los siguientes aspectos. NA: Si no aplica

3. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE SOPORTE TÉCNICO

¿Cuál es su opinión con respecto a nuestros representantes de soporte técnico?

	1	2	3	4	5	NA
¿Comprenden sus necesidades?						
¿Responden rápidamente a sus requerimientos?						
¿Dan cumplimiento a los compromisos que asumen?						
¿Asesoran en conocimientos técnicos de todos los servicios?						
Visitas frecuentes y regulares de acuerdo a su necesidad						
Cordialidad en la atención						

Siendo 1 deficiente y 5 excelente, califique de 1 a 5 los siguientes aspectos. NA: Si no aplica

4. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS

¿Cuál es su percepción con respecto a nuestros productos y servicios?

SISTEMAS INFORMATICOS	1	2	3	4	5	NA
Presentación						
Diseño						
Funcionamiento						
Complejidad						
Cumplimiento de especificaciones técnicas ofrecidas						
Manuales de funcionamiento						
Nivel de tecnología aplicada en los sistemas						

Siendo 1 deficiente y 5 excelente, califique de 1 a 5 los siguientes aspectos. NA: Si no aplica

5. CONOCER LA ACEPTACIÓN DEL PRECIO POR EL SERVICIO

¿El precio del servicio le parece?

ALTO

☐

MEDIO

☐

BAJO

☐

6. CONOCER LA RELACIÓN COSTO / BENEFICIO

¿Le parece apropiado la relación costo beneficio del producto?

Si

☐

No

☐

7. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL DESPACHO DE ÓRDENES DE SOPORTE

¿Cuál es su opinión con respecto al despacho de órdenes de soporte en términos de:

	1	2	3	4	5	NA
Cumplimiento de las fechas de entrega						
Servicio de canales de atención al cliente						

Siendo 1 deficiente y 5 excelente, califique de 1 a 5 los siguientes aspectos. NA: Si no aplica

8. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO POSTVENTA.

¿Cuál es su opinión con respecto al servicio postventa?

	1	2	3	4	5	NA
Atención postventa						
Frecuencia de Visitas						
Información suministrada por asesores técnicos						
Atención de quejas y reclamos						
Tiempo de respuesta a las garantías y mantenimientos						
Atención telefónica del servicio postventa						

Siendo 1 deficiente y 5 excelente, califique de 1 a 5 los siguientes aspectos. NA: Si no aplica

9. NIVEL DE ATENCIÓN

¿Qué canal de atención para soporte técnico prefiere de las siguientes opciones?

	1	2	3	4	5	NA
Vía Telefónica						
Vía Internet						
Acceso Remoto						
Visitas técnicas						

Siendo 1 deficiente y 5 excelente, califique de 1 a 5 los siguientes aspectos. NA: Si no aplica

3.2.2.2 ENCUESTA DE CLIENTES POTENCIALES

OBJETIVO

La siguiente encuesta tiene por objeto conocer las expectativas de los empresarios con respecto al servicio que ofrecen las diferentes entidades dedicadas al desarrollo y venta de paquetes informáticos.

Estimado Empresario.-

Agradeceré se sirva contestar a las siguientes preguntas:

1. ¿Posee usted sistemas informáticos Administrativos-Financieros?

SI ☐

NO ☐

Si su respuesta fue positiva por favor contestar la pregunta N° 2, en caso de haber sido negativa pasar a la pregunta N° 3.

2. ¿Qué módulos informáticos utiliza como apoyo Administrativo en su empresa?

Módulo Contable ☐

Módulo de Activos Fijos ☐

Módulo de Facturación ☐

Módulo de Comercialización ☐

Módulo de SRI ☐

Otros, Especifique..... ☐

Módulo de Bodega ☐

.....

3. ¿Cree usted que es indispensable tener ayuda informática como por ejemplo Sistemas Administrativos-Financieros, para las diferentes actividades que se realizan en la empresa?

SI ☐

NO ☐

4. ¿En qué área de su empresa considera es más importante tener ayuda informática?

Departamento de Contabilidad ☐

Departamento de Ventas ☐

Departamento Financiero ☐

Departamento de RR.HH ☐

Departamento de Cobranzas ☐

Otros, Especifique..... ☐

5. ¿Considera usted que los sistemas informáticos podrían simplificar el trabajo en las diferentes áreas de su empresa?

SI ☐

NO ☐

6. Cuánto estaría dispuesto a invertir por un paquete informático, de acuerdo a los siguientes rangos:

PAQUETE CONTABLE

400 – 500 ☐

501 – 600 ☐

601 – EN ADELANTE ☐

PAQUETE FACTURACION

400 – 500 ☐

501 – 600 ☐

601 – EN ADELANTE ☐

OTRO ESPECIFIQUE... ☐

PAQUETE DE SRI

100 – 200 ☐

201 – 300 ☐

301 – 400 ☐

401 – EN ADELANTE ☐

OTRO ESPECIFIQUE... ☐

PAQUETE DE ACTIVOS FIJOS

100 – 200 ☐

201 – 300 ☐

301 – 400 ☐

401 – EN ADELANTE ☐

OTRO ESPECIFIQUE... ☐

OTRO ESPECIFIQUE... ☐

PAQUETE DE BODEGA

100 - 200 ☐

201 – 300 ☐

301 – 400 ☐

401 – EN ADELANTE ☐

OTRO ESPECIFIQUE... ☐

PAQ. COMERCIALIZACIÓN

100 - 200 ☐

201 – 300 ☐

301 – 400 ☐

401 – EN ADELANTE ☐

OTRO ESPECIFIQUE... ☐

7. ¿En caso de adquirir un paquete informático, cual de las siguientes opciones elegiría para solucionar sus dudas o requerimientos con respecto al mismo?

VÍA TELEFÓNICA ☐

VÍA INTERNET ☐

VISITAS TÉCNICAS ☐

ACCESO REMOTO ☐

(Se conectan con su computador desde cualquier parte)

8. En caso de haber respondido la pregunta 1 en forma afirmativa. ¿Está usted satisfecho con el servicio ofertado por la empresa que le provee Sistemas Informáticos?

SI ☐

NO ☐

3.2.2.3 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES DE ASINFO S.C.

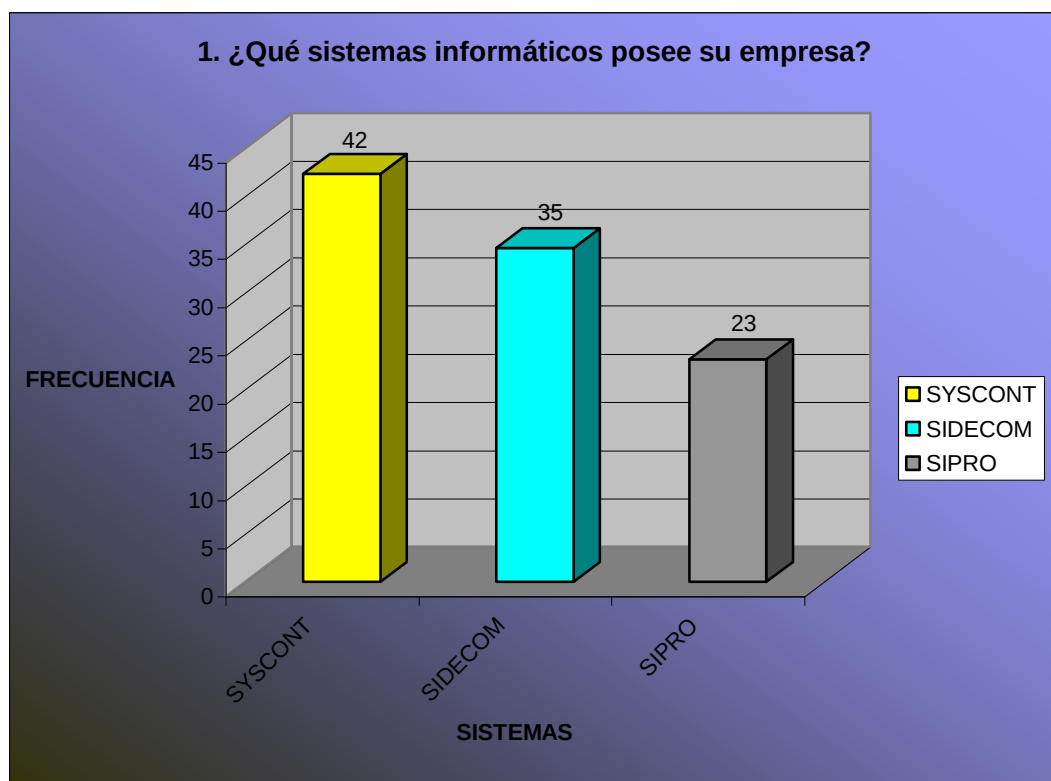
1. ¿Qué sistemas informáticos posee su empresa?

Cuadro N° 14
Sistemas informáticos que poseen los clientes de ASINFO S.C.

SISTEMAS	FRECUENCIA	%
SYSCONT	22	42
SIDECOM	18	35
SIPRO	12	23
TOTAL	52	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 4



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 42% de los clientes actuales de ASINFO utilizan el sistema “SYSCONT”, 35% el “SIDECOM” y 23% el “SIPRO”; esto significa que la empresa tiene una gran fortaleza en los sistemas administrativos financieros y debe poner mayor énfasis en mantener la calidad y a su vez implementar nuevas aplicaciones a estos sistemas, para retener a sus clientes y

mantenerlos satisfechos, con esto se ganaría prestigio y posiblemente nuevos clientes que adquieran los productos de ASINFO.

2. DETERMINACIÓN DE LA SATISFACCIÓN GENERAL

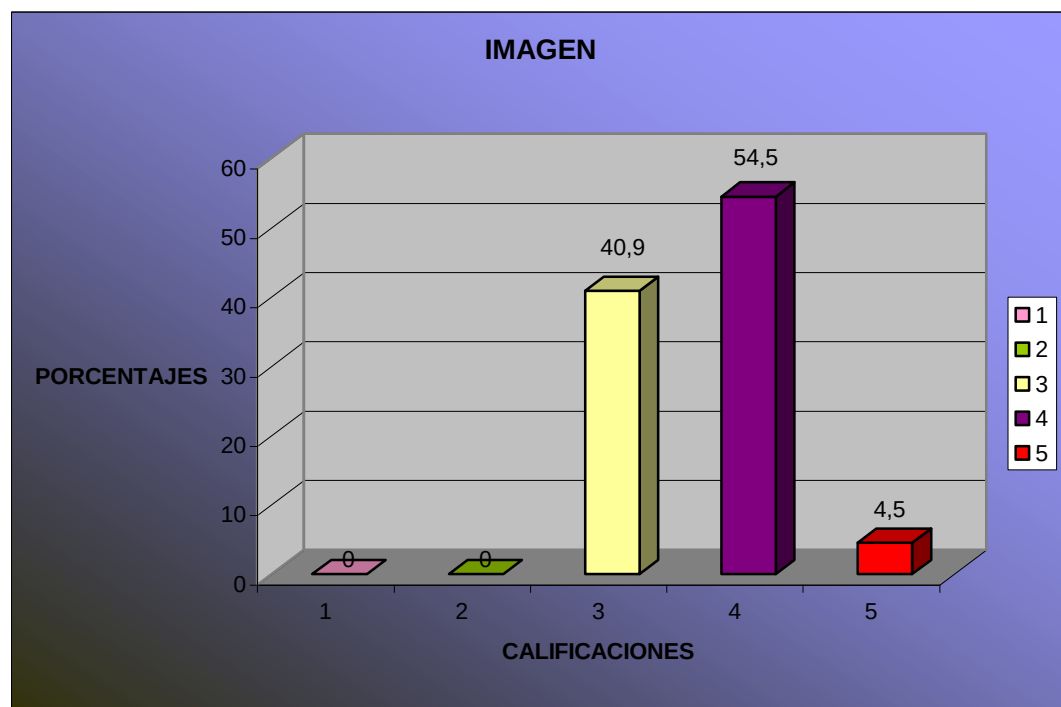
¿Cuál es su percepción de ASINFO S.C. frente a la competencia, con respecto a los siguientes factores:

Cuadro N° 15
Percepción de los clientes de ASINFO frente a la competencia en cuanto a diversos factores

VARIABLES	PORCENTAJES					% TOTAL
	1	2	3	4	5	
IMAGEN	0	0	40,9	54,5	4,5	100
SEGURIDAD Y CONFIABILIDAD	0	5,4	60	28,2	6,4	100
SERVICIO, ANTES, DURANTE Y DESPUES DE LA VENTA	0	13,6	45,5	36,4	4,5	100
DISEÑO	0	4,5	31,8	54,5	9,1	100
CALIDAD	0	4,5	36,4	50	9,1	100
PRECIO	5,7	0	51,6	43	0	100

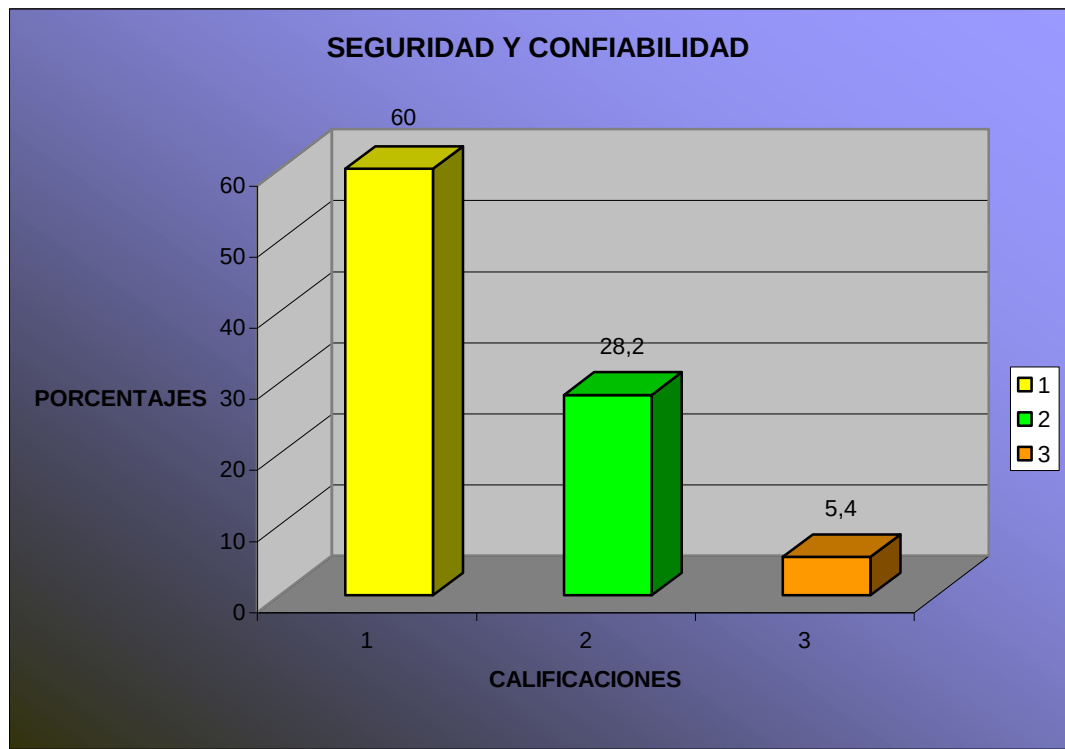
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 5



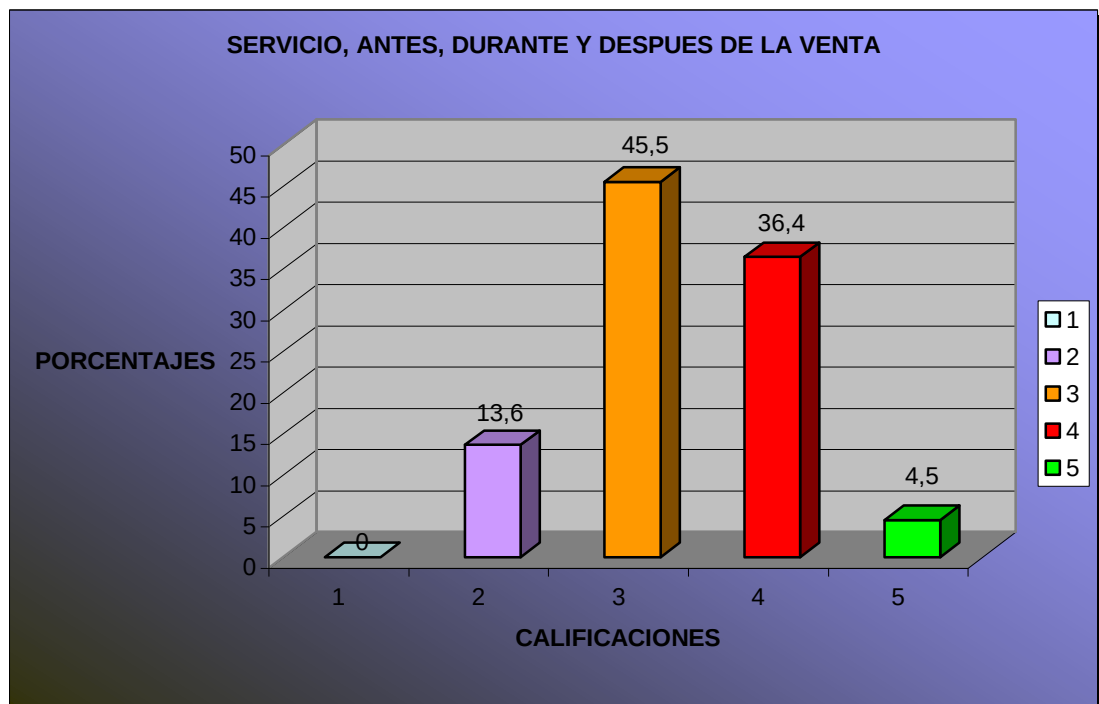
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 6



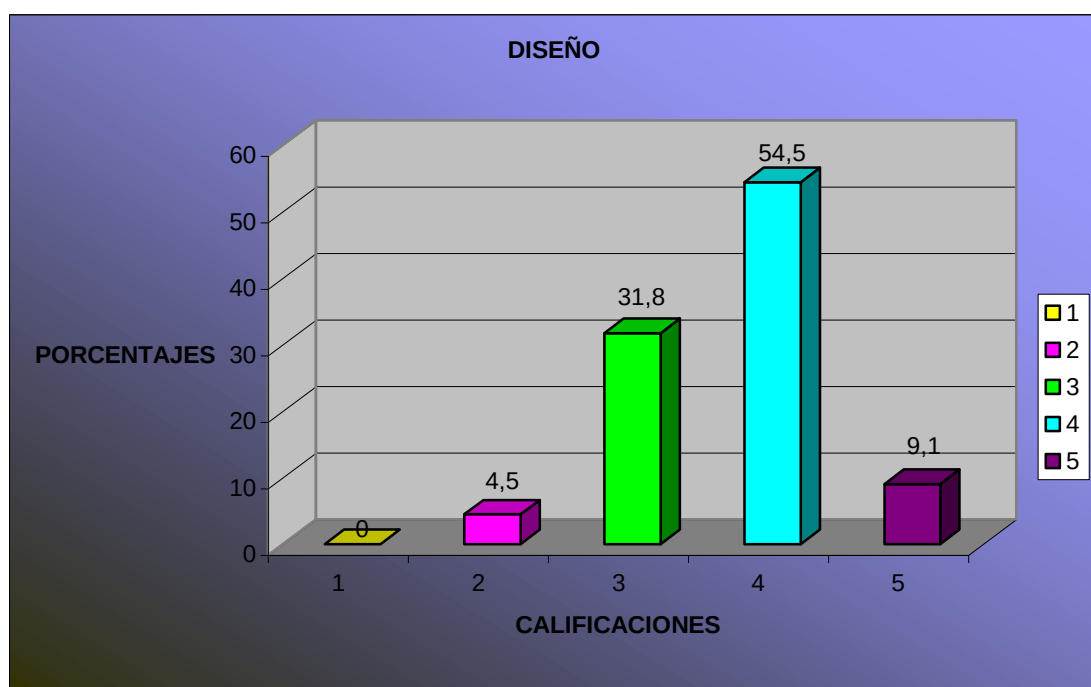
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 7



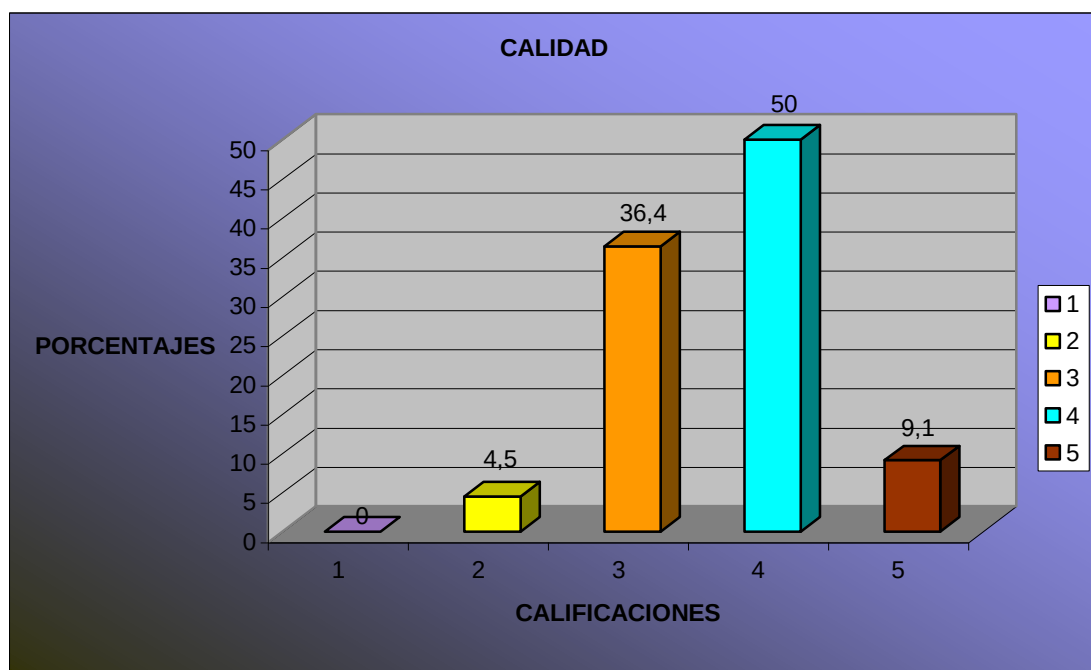
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 8



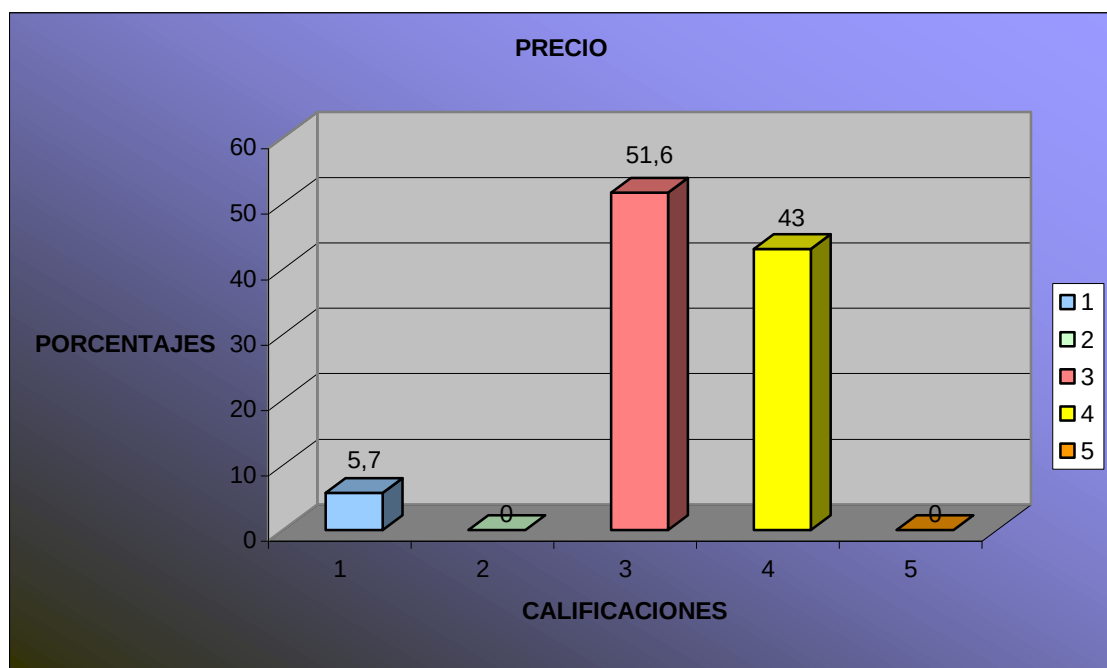
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 9



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 10



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede visualizar en primera instancia que la percepción que los clientes tienen con respecto a la imagen de ASINFO frente a la competencia es muy buena, ya que la calificación obtenida ha sido de 4 puntos, lo que significa que un 54,5% ha considerado que la empresa se maneja con una imagen superior en el mercado de los sistemas informáticos, refiriéndose expresamente a la forma de relacionarse con sus clientes y al personal capacitado que poseen.

A su vez los clientes han determinado con respecto a la seguridad y confiabilidad que la empresa maneja estándares medios, debido a que un 60%, en este caso una calificación de 3 puntos; han asegurado que no les brindan la seguridad y confiabilidad adecuada, por lo tanto no cubren en su totalidad con las expectativas de los clientes.

Con respecto al servicio antes, durante y después de la venta las encuestas indican que existe un 45,5%, que muestra claramente que no existe suficiente satisfacción por parte de los clientes luego de adquirir los sistemas informáticos, definiéndose entre los aspectos más relevantes de la insatisfacción, la falta de cumplimiento con el

tiempo de entrega, demora en la implantación de los sistemas, falencias en la atención de soporte técnico, etc.; obteniendo una calificación de 3 puntos.

El diseño de los sistemas informáticos según la encuesta muestra que el 54,5% de los clientes, se siente conforme con la estructura del producto que adquirió, ya que expresan de cierto modo que son dinámicos y de fácil manipulación, razón por la cual esta variable ha obtenido una calificación de 4 puntos.

La calidad se encuentra en un 50% según las encuestas y muestra claramente que los sistemas informáticos tienen la calidad adecuada e inclusive está compitiendo en el mercado con las empresas más reconocidas, por ende la compañía debe explotar de forma conveniente este recurso en sus sistemas y mantener o aumentar la calidad en los mismos, debido a que la calificación de la variable es de 4 puntos.

El 51,6% de los clientes que ASINFO mantiene indican en las encuestas que el precio de los sistemas informáticos se encuentran en un estándar adecuado con relación a los precios de la competencia, ya que la calificación obtenida es de 3 puntos, por lo tanto, la compañía debe manejar de la mejor forma los precios e inclusive mantener una revisión constante de la competencia para no cometer el error de incrementar de manera innecesaria el valor de los sistemas informáticos.

Como conclusión de este análisis se puede mencionar que el nivel de satisfacción general de los clientes con respecto a la empresa se ubica entre 3 y 4 puntos de evaluación, lo que representa que aún se tienen muchos aspectos por corregir.

3. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE SOPORTE TÉCNICO

¿Cuál es su opinión con respecto a nuestros representantes de soporte técnico?

Cuadro N° 16

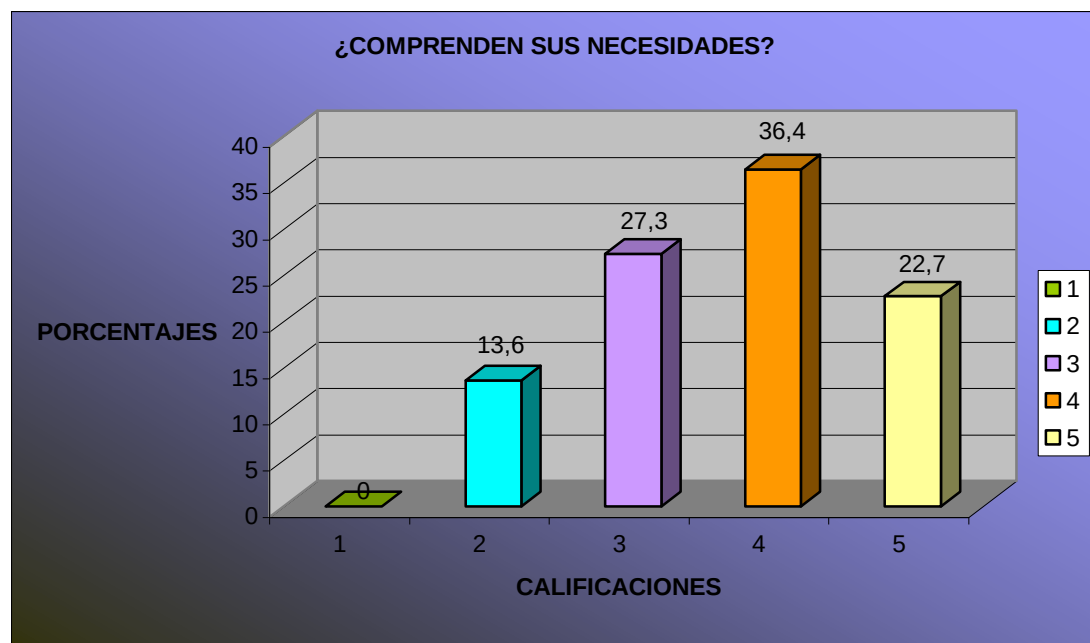
Opinión con respecto a los representantes de soporte técnico de ASINFO

VARIABLES	PORCENTAJES					% TOTAL
	1	2	3	4	5	
¿COMPRENDEN SUS NECESIDADES?	0	13,6	27,3	36,4	22,7	100
¿RESPONDEN RÁPIDAMENTE A SUS REQUERIMIENTOS?	9,1	22,7	45,5	18,2	4,5	100
¿DAN CUMPLIMIENTO A LOS COMPROMISOS QUE ASUMEN?	1,82	24,52	29,12	29,12	15,42	100
¿ASESORAN EN CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DE TODOS LOS SERVICIOS?	6,32	6,32	47,32	24,52	15,42	100
VISITAS FRECUENTES Y REGULARES DE ACUERDO A SU NECESIDAD	6,32	42,72	33,62	6,32	10,92	100
CORDIALIDAD EN LA ATENCIÓN	0	0	4,5	27,3	68,2	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 11

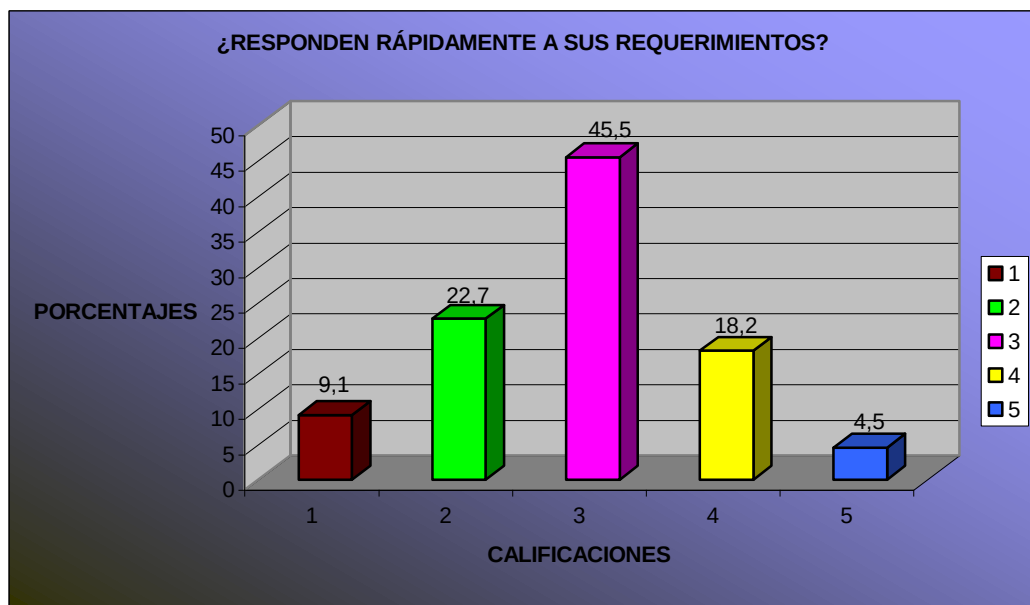
Comprensión de las necesidades



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 12

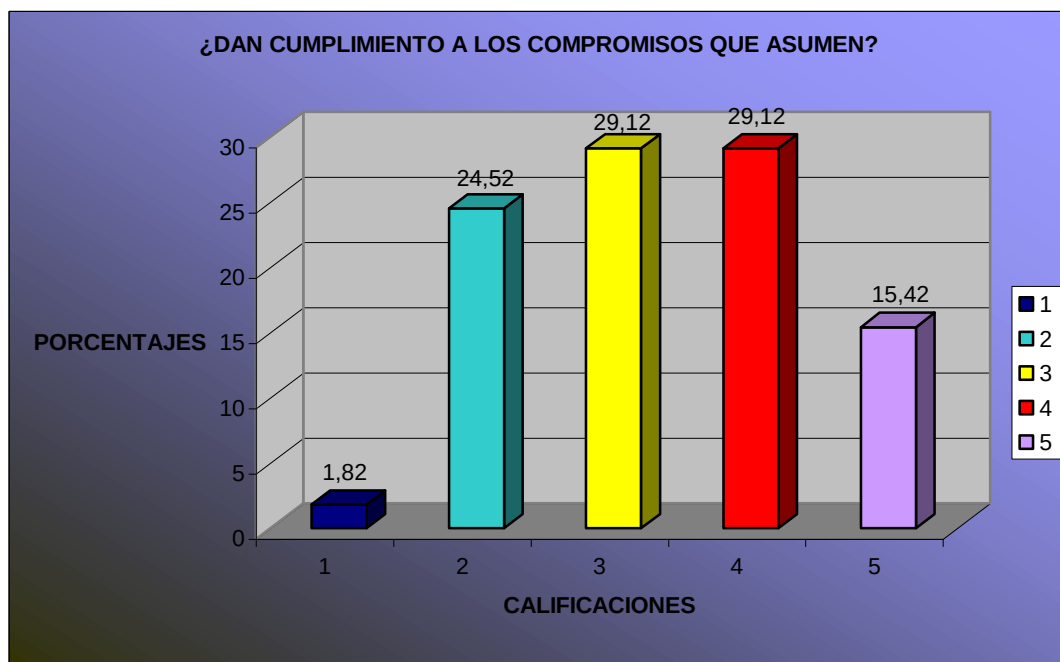
Respuesta de los requerimientos



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 13

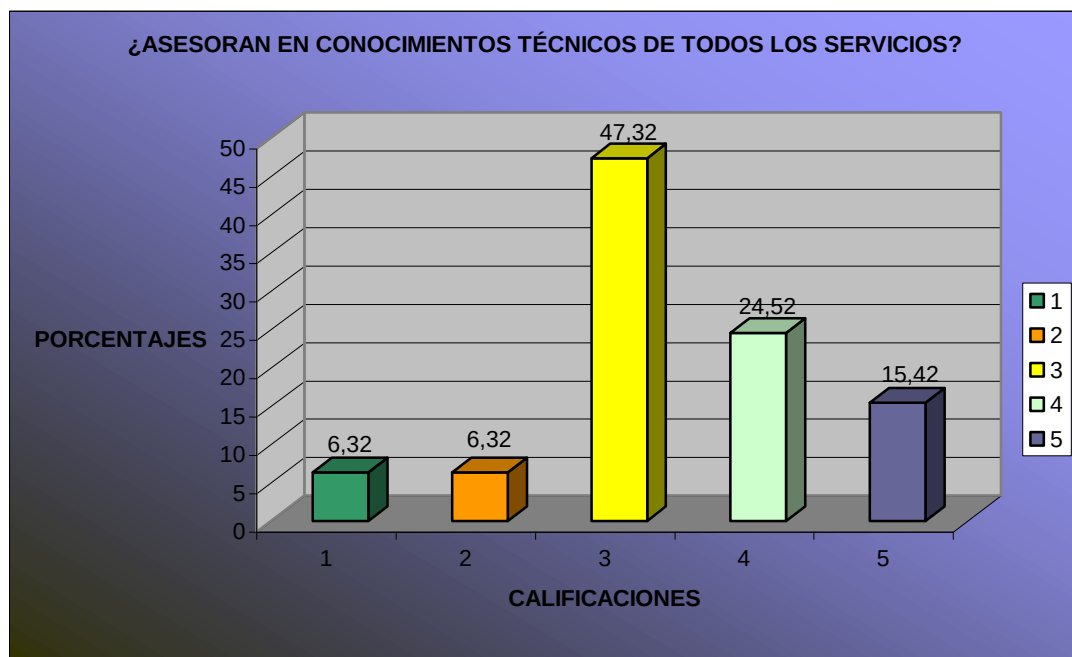
Cumplimiento de los compromisos que asume ASINFO



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 14

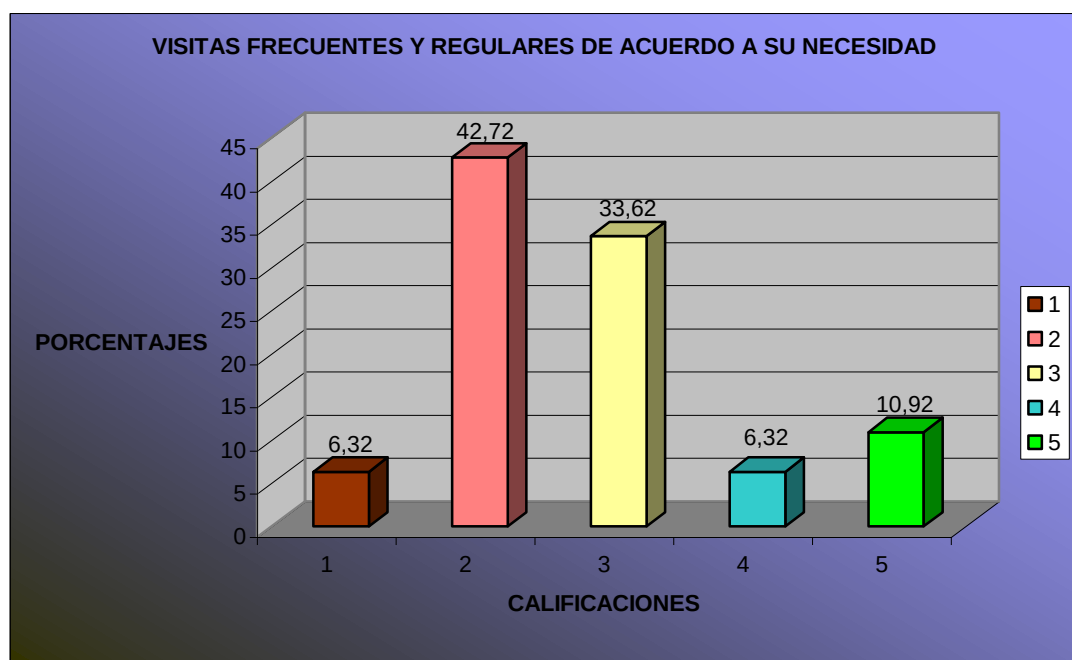
Asesoría de conocimientos técnicos de los servicios



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 15

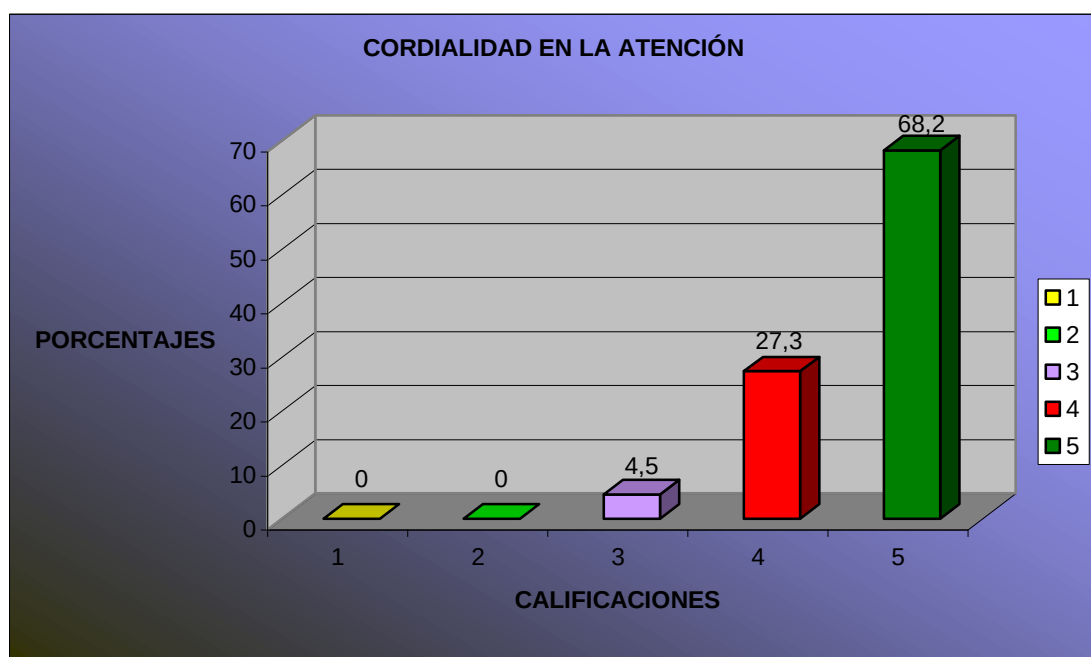
Visitas frecuentes y regulares de acuerdo a la necesidad del cliente



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 16

Cordialidad en la atención



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 36,4% ha respondido en las encuestas que los representantes de soporte técnico comprenden las necesidades que los clientes tienen con la utilización de los sistemas informáticos, este porcentaje representa 4 puntos de calificación, sin embargo el 45,5% de los mismos se sienten inconformes con la respuesta de los técnicos debido a que existe demasiada demora en la atención de los requerimientos y de las dudas e inconvenientes que poseen con la utilización de los sistemas, lo que se ha convertido en una debilidad para ASINFO, obteniendo en las encuestas una calificación de 3 puntos.

Con respecto al compromiso de los técnicos hacia sus clientes se mantiene un porcentaje adecuado que es de 29,12%, lo que significa que existe una percepción buena de los compromisos que mantienen los técnicos con respecto a los trabajos que realizan y a la entrega de los mismos, obteniendo una escala de 3 a 4 puntos. El 47,32% mantienen al personal de servicio técnico como capacitado para solucionar cualquier inconveniente y asesorar en toda el área técnica, es por esta razón que ésta variable ha obtenido una calificación de 3 puntos.

El 42,72% de los clientes coinciden en que la falencia más grande con respecto a los representantes técnicos es la falta de visitas técnicas para la solución de inconvenientes y dudas que tienen con los sistemas informáticos, razón por la cual la calificación obtenida fue de 2 puntos; pese a esto, todos coinciden con un 68,2% que la cordialidad de los técnicos es excelente y no han puesto ninguna queja ni reclamo con relación a este aspecto, por lo tanto esta variable tuvo la calificación más alta que es de 5 puntos.

De acuerdo a las variables analizadas en esta pregunta, la falencia que ASINFO tiene con respecto a la frecuencia de visitas técnicas para solucionar inconvenientes, es una debilidad muy grande, es decir deben fortalecer las vías de respuesta de ordenes de soporte, buscando maneras más eficientes para dar cumplimiento a sus compromisos y abarcar los requerimientos de todos los clientes, de esta forma se mejorará la calificación con respecto al soporte ya que la puntuación varía entre 2 a 5 puntos.

4. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS ¿Cuál es su informe con respecto a nuestros productos y servicios?

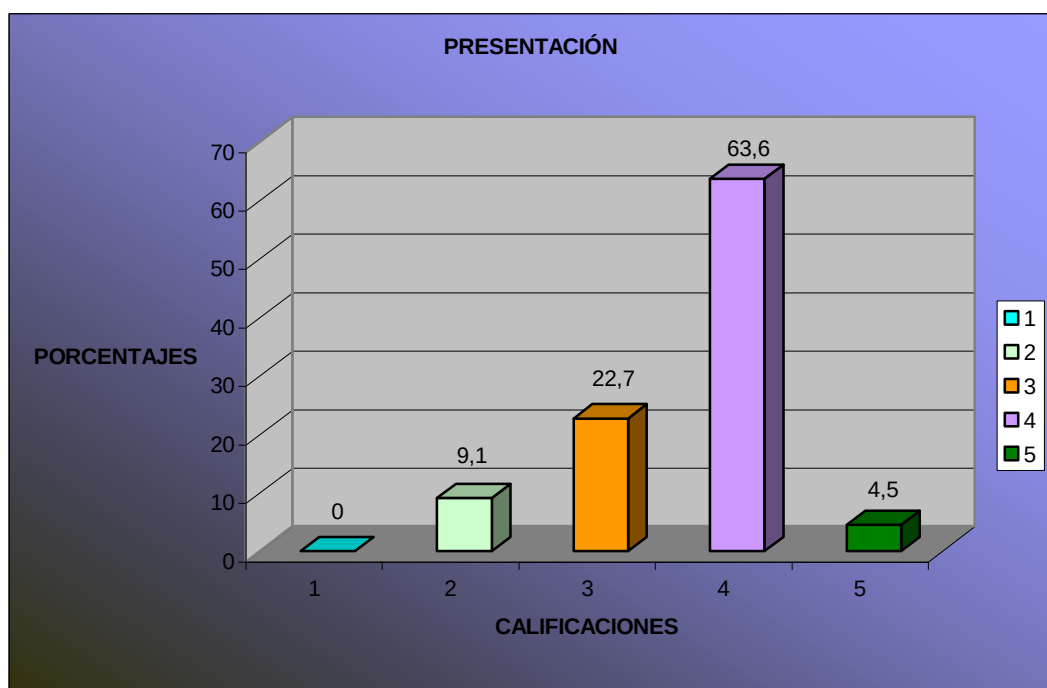
Cuadro N° 17

Informe con respecto a los productos y servicios de ASINFO

VARIABLES	PORCENTAJES					% TOTAL
	1	2	3	4	5	
PRESENTACIÓN	0	9,1	22,7	63,6	4,5	100
DISEÑO	0	13,6	22,7	59,1	4,5	100
FUNCIONAMIENTO	0	13,6	40,9	40,9	4,5	100
COMPLEJIDAD	5,4	0,9	55,4	28,2	10	100
CUMPLIMIENTO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS OFRECIDAS	4,5	4,5	59,1	22,7	9,1	100
MANUALES DE FUNCIONAMIENTO	23,9	19,1	32,7	19,1	5,4	100
NIVEL DE TECNOLOGÍA APLICADA EN LOS SISTEMAS	5,4	0,9	19,1	55,4	19,1	100

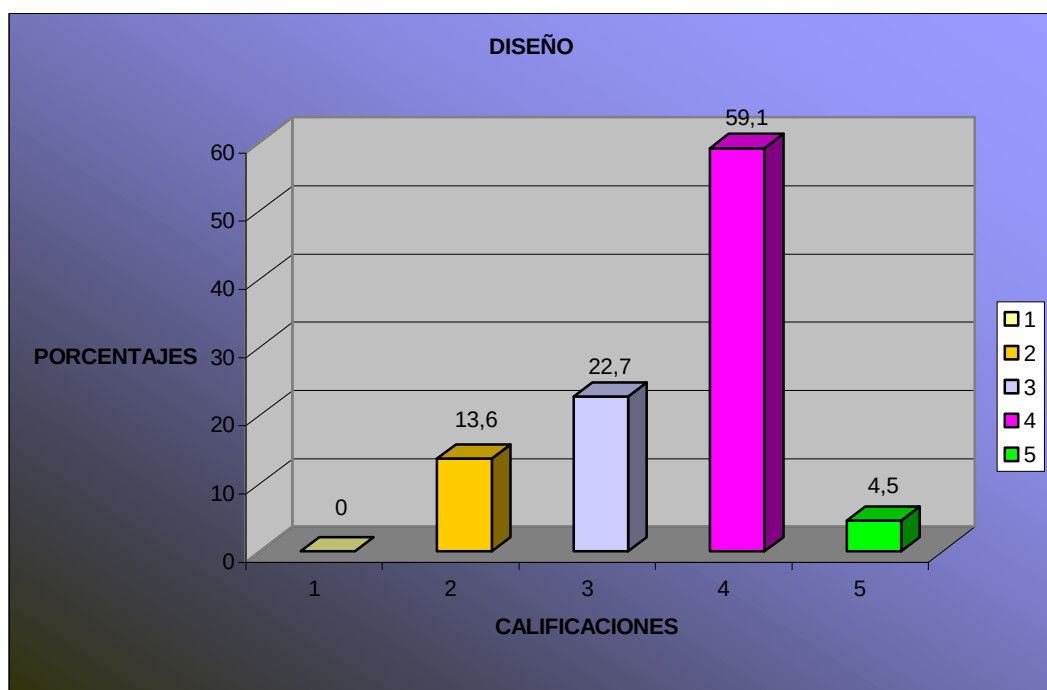
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 17



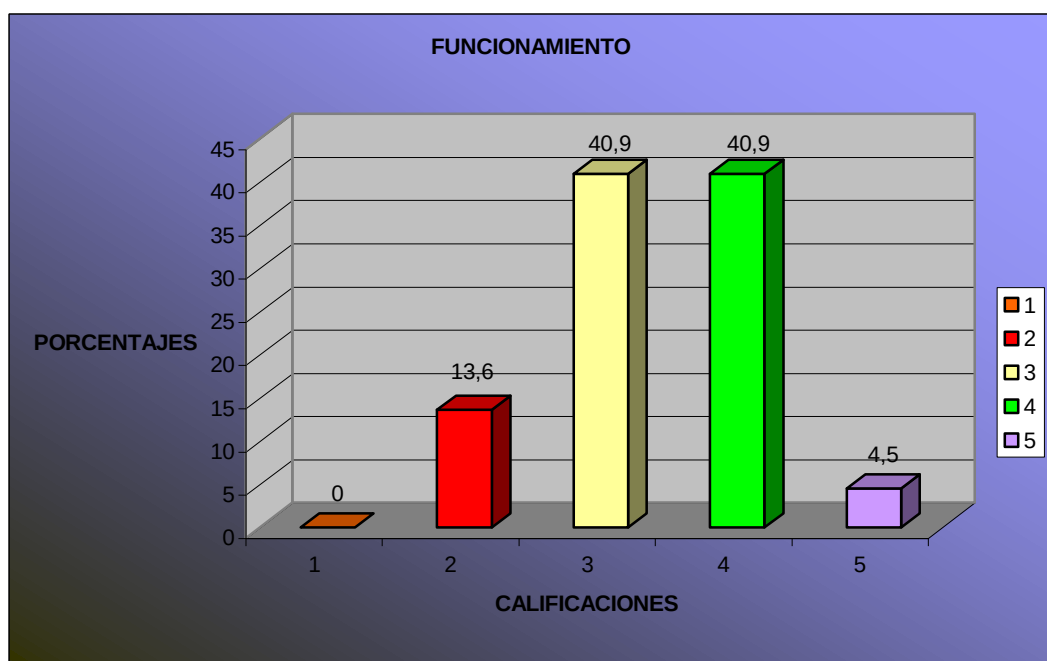
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 18



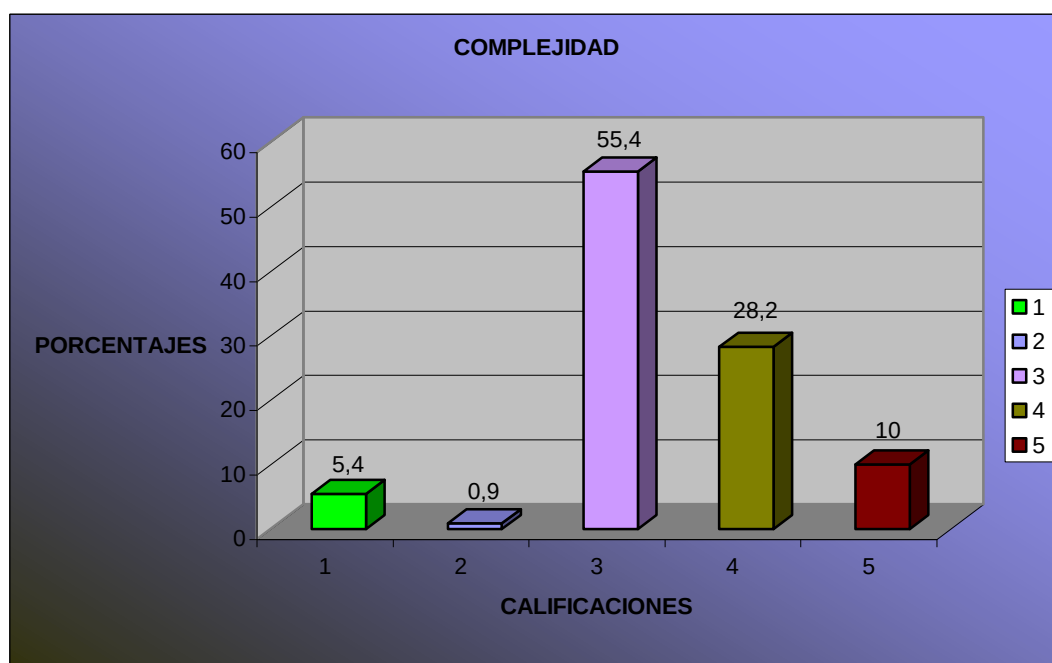
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 19



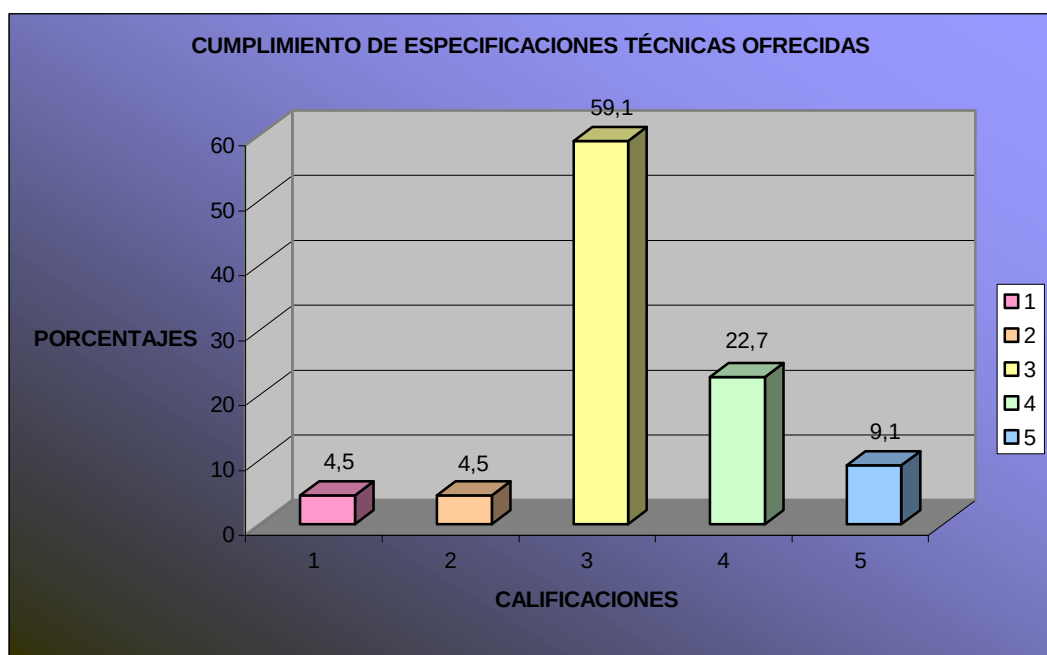
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 20



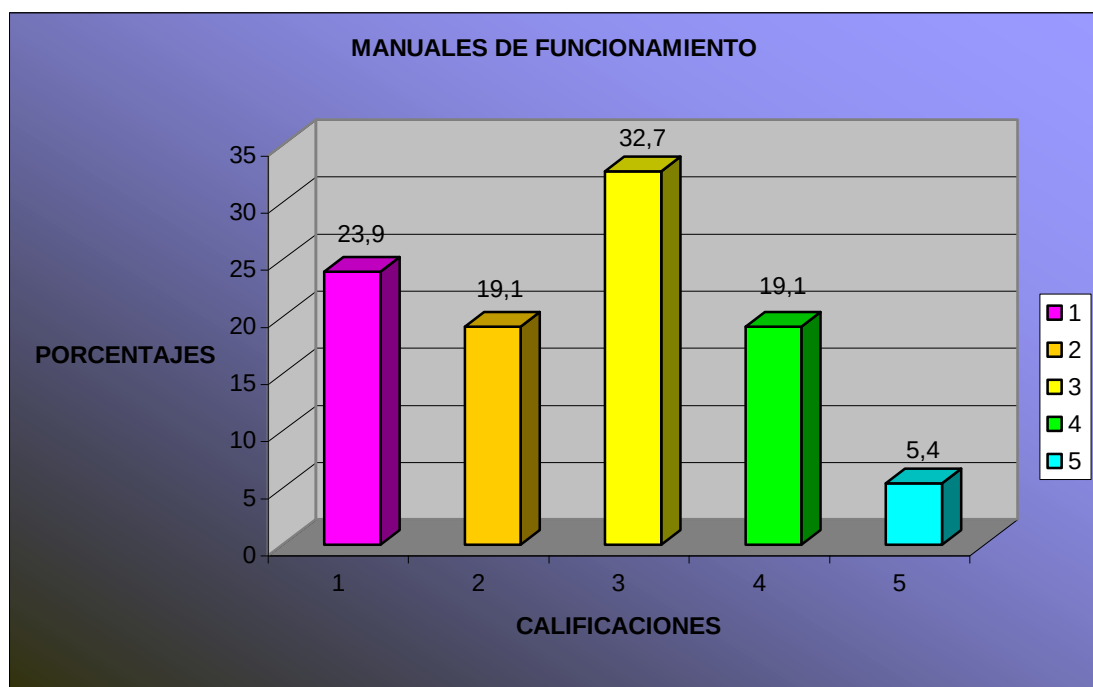
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 21



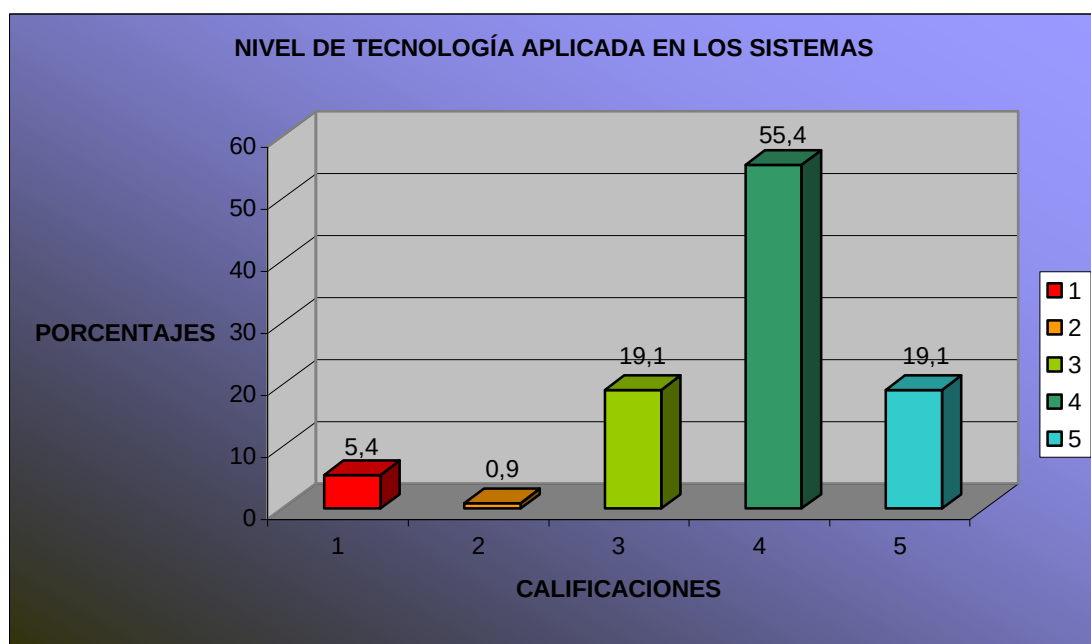
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 22



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 23



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

La presentación de los sistemas informáticos según las encuestas han demostrado que el 63,6% de los clientes está de acuerdo, ya que ha obtenido una calificación de 4 puntos; el diseño también tiene un porcentaje alto en cuanto a satisfacción de los clientes y es de 59,1% lo que significa una calificación de 4 puntos.

El funcionamiento de los sistemas posee un porcentaje de 40,9% lo que significa que los clientes tienen una visión positiva en cuanto a la funcionalidad del mismo, esto quiere decir que los consideran de gran utilidad en las actividades diarias de sus empresas, razón por la cual la calificación varía entre 3 y 4 puntos.

El 55,4% de los clientes ha considerado que los sistemas de ASINFO tienen un grado adecuado de complejidad para su utilización; este porcentaje se considera normal debido a que los clientes no dedican demasiado tiempo en cuanto a capacitaciones para uso de los mismos, la calificación obtenida en esta variable es de 3 puntos.

Con respecto al cumplimiento de especificaciones técnicas ofrecidas el 59,1% de los clientes asevera que se lo hace en la medida de lo normal, obteniendo una calificación de 3 puntos, sin embargo es un aspecto que debería mantenerse con un

porcentaje alto, ya que las empresas siempre deben estar al pendiente de lo que sus clientes prefieren y cumplir a cabalidad con todos sus ofrecimientos, no quedar mal en ninguna circunstancia.

Con una calificación de 3 puntos el 32,7% de los clientes se siente inconforme con la entrega de manuales de funcionamiento de los sistemas de ASINFO, esto se debe a que a la mayoría de los clientes no les han entregado dichos manuales y no se puede trabajar con normalidad en caso de que ocurra algún inconveniente o surja una duda con respecto a los sistemas informáticos, este resultado debería servir de gran utilidad a la empresa para que ponga énfasis en cuanto a la entrega de los manuales de funcionamiento y deje de ser una gran debilidad.

En cuanto al nivel de tecnología aplicada a los sistemas de ASINFO se obtiene una calificación de 4 puntos, el 54,5% de los clientes considera que es adecuado y esta a la par con las nuevas tendencias tecnológicas que existen en la actualidad.

La puntuación obtenida en esta pregunta varía entre 3 y 4 puntos, lo que nos indica que la empresa en aspecto de funcionalidad, diseño, complejidad y nivel de tecnología se maneja en estándares medios y puede competir a la par con las empresa más reconocidas en el mercado, sin embargo debe pulir aspectos muy importantes como por ejemplo la entrega oportuna de manuales de funcionamiento.

5. ¿EL PRECIO DEL SERVICIO LE PARECE?

Cuadro N° 18

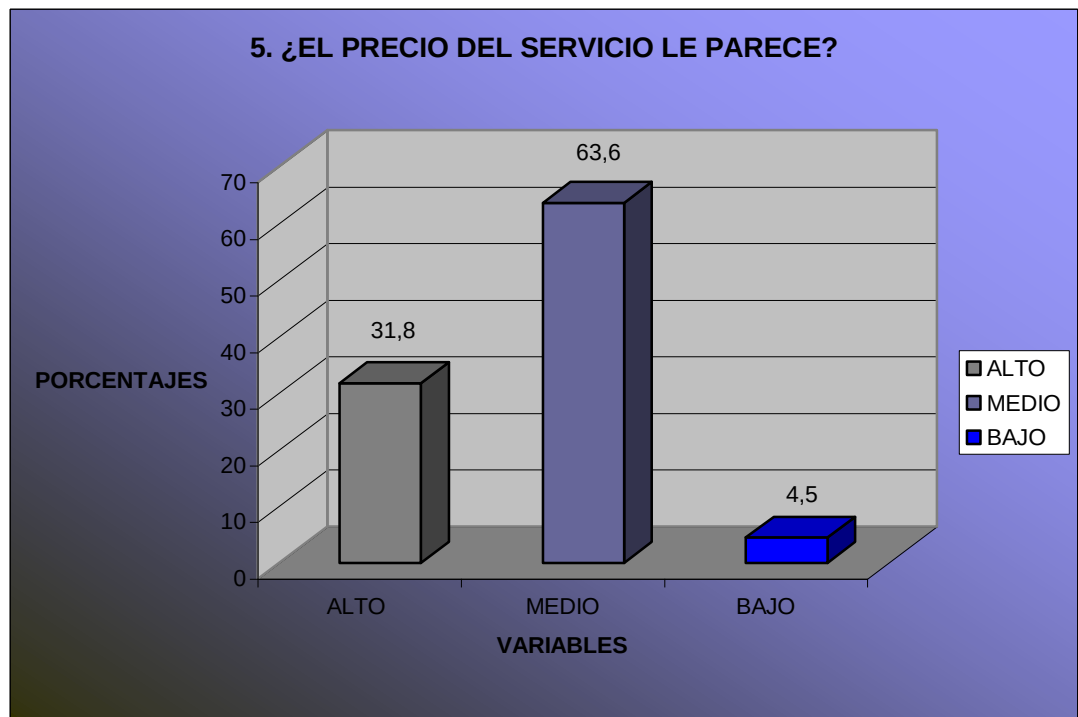
Percepción del precio

VARIABLES	FRECUENCIA	%
ALTO	7	31,8
MEDIO	14	63,6
BAJO	1	4,5
TOTAL	22	100,0

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 24

Percepción del precio



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Según las encuestas el 63,6% de los clientes consideran que los precios de los sistemas informáticos son adecuados, razón por la cual la empresa ASINFO ha tenido gran acogida en el mercado, ha conseguido mantener a sus clientes y en la actualidad tiene perspectivas de crecimiento por cuanto sigue incorporando clientes a su cartera.

6. ¿LE PARECE APROPIADO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO DEL PRODUCTO?

Cuadro N° 19

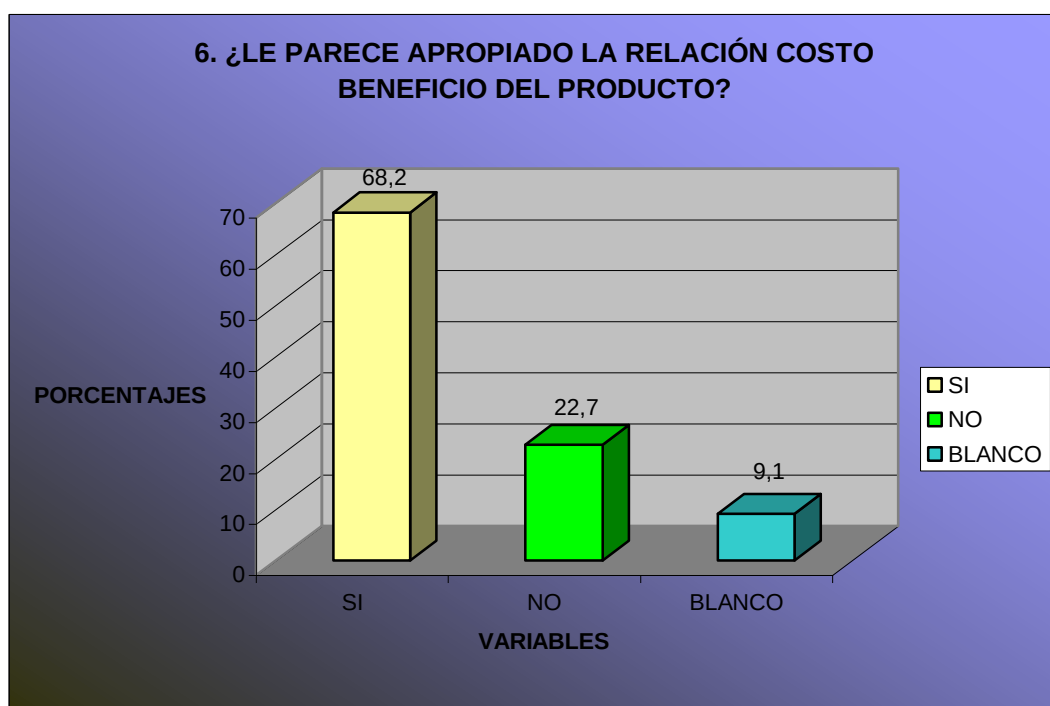
Relación costo beneficio del producto

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	15	68,2
NO	5	22,7
BLANCO	2	9,1
TOTAL	22	100,0

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 25

Relación costo beneficio del producto



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 68,2% de las encuestas muestran que los clientes están de acuerdo en la relación costo – beneficio de los sistemas informáticos; esto quiere decir que se sienten conformes con los productos adquiridos y el precio de los mismos; ya que los

sistemas les ayudan a simplificar sus tareas diarias y pueden obtener cualquier tipo de reporte gerencial en el momento oportuno, lo que hace que el precio sea algo secundario si lo comparan con la utilidad de los sistemas.

7. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL DESPACHO DE ÓRDENES DE SOPORTE

¿Cuál es su opinión con respecto al despacho de órdenes de soporte en términos de:

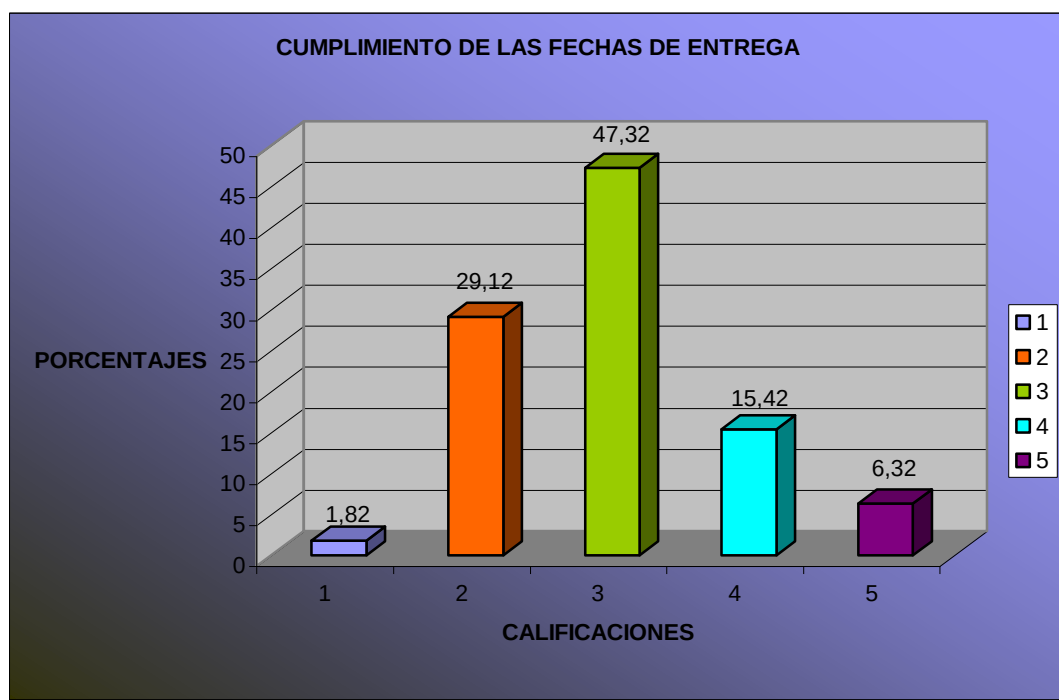
Cuadro N° 20

Opinión con respecto al despacho de órdenes de soporte

VARIABLES	PORCENTAJES					% TOTAL
	1	2	3	4	5	
CUMPLIMIENTO DE LAS FECHAS DE ENTREGA	1,82	29,12	47,32	15,42	6,32	100
SERVICIO DE CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	1,82	20,02	38,22	29,12	10,92	100

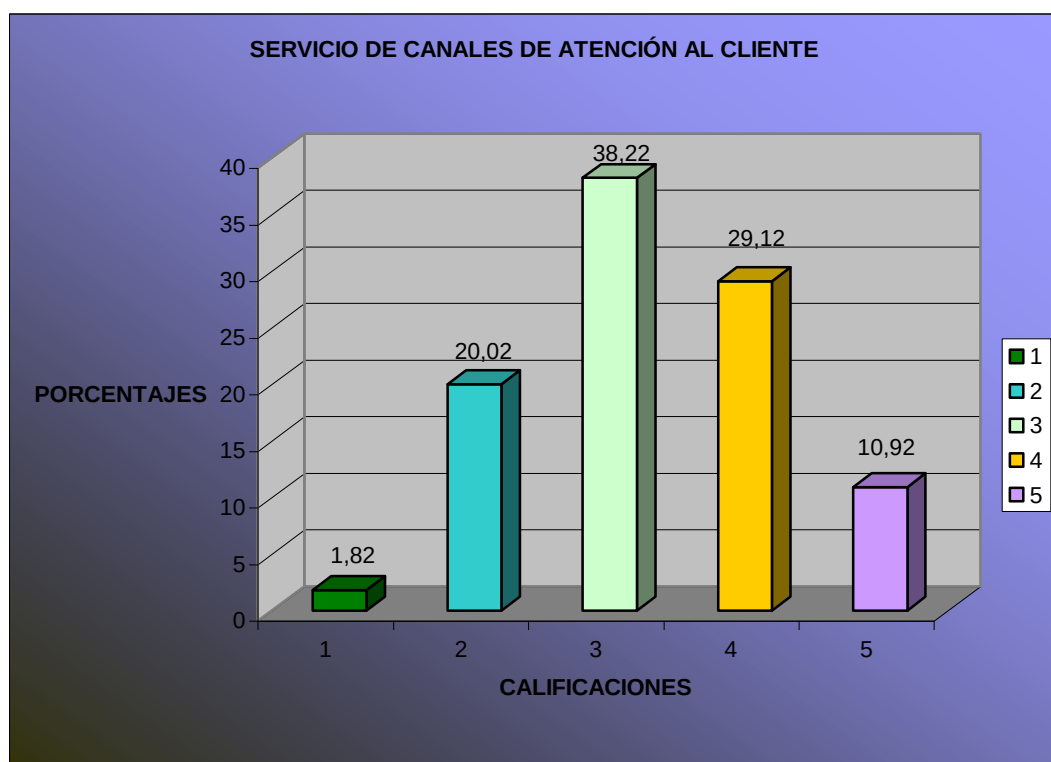
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 26



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 27



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Según el resultado de las encuestas el 47,32% de los clientes considera que el cumplimiento de las fechas de entrega no se lo hace de forma oportuna, debido a que existe retraso en las fechas o a su vez se postergan por circunstancias netas de la empresa ASINFO, de esta forma se genera un descuadre en los cronogramas tanto de la empresa dueña de los sistemas en este caso ASINFO, como del cliente, razón por la cual la calificación que se le da a esta variable es de 3 puntos.

En cuanto a los canales que se utilizan para la atención de los clientes existe un porcentaje del 38,22% que significa no se tiene mucha conformidad con los medios que maneja la empresa, debido a que los que mantienen actualmente no han resultado efectivos en cuanto a tiempos de entrega o de solución inmediata y al igual que la variable anterior se obtiene una calificación de 3 puntos.

Estas dos variables analizadas muestran con claridad que existe una falencia de gran peso en la empresa, debido a que no manejan canales adecuados para atender a sus

clientes, es decir no tienen una noción positiva de cómo abarcar gran número de requerimientos, es por ello que la calificación obtenida es de 3 puntos.

8. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO POSTVENTA. ¿Cuál es su opinión con respecto al servicio postventa?

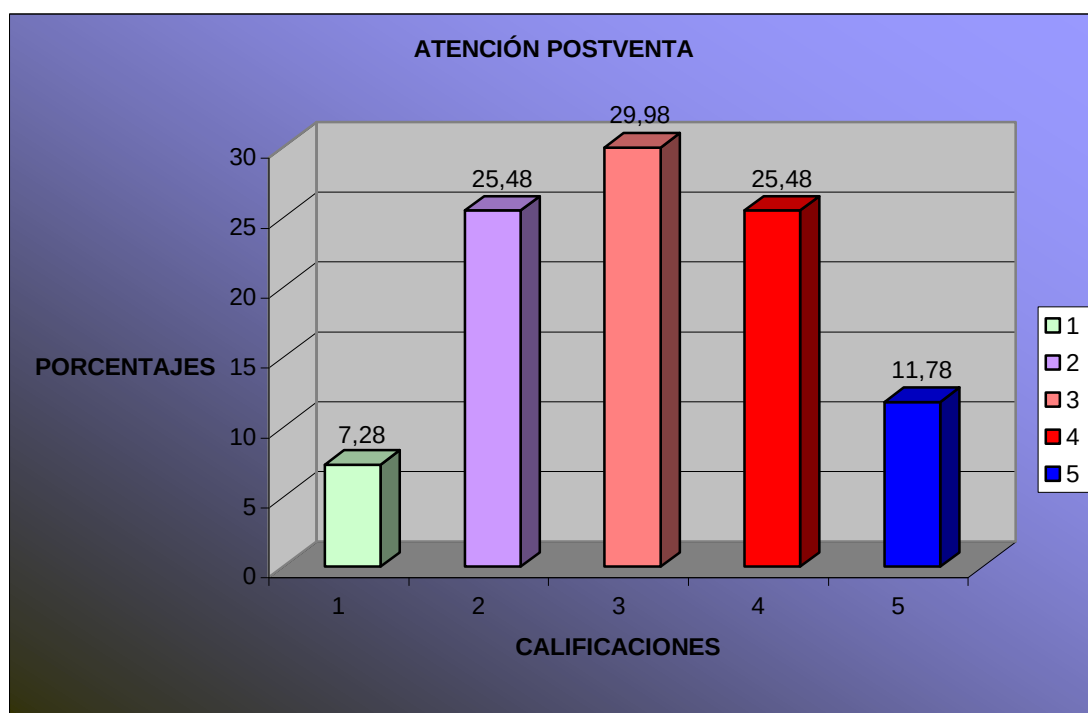
Cuadro N° 21

Opinión con respecto al servicio postventa

VARIABLES	PORCENTAJES					% TOTAL
	1	2	3	4	5	
ATENCIÓN POSTVENTA	7,28	25,48	29,98	25,48	11,78	100
FRECUENCIA DE VISITAS	17,64	35,44	35,44	8,14	3,64	100
INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR ASESORES TECNICOS	1,82	15,42	42,72	24,52	15,42	100
ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS	2,72	30,02	30,02	25,42	11,82	100
TIEMPO DE RESPUESTA A LAS GARANTÍAS Y MANTENIMIENTOS	4,54	27,24	40,94	22,74	4,54	100
ATENCIÓN TELEFÓNICA DEL SERVICIO POSTVENTA	4,5	9,1	31,8	13,6	13,6	73

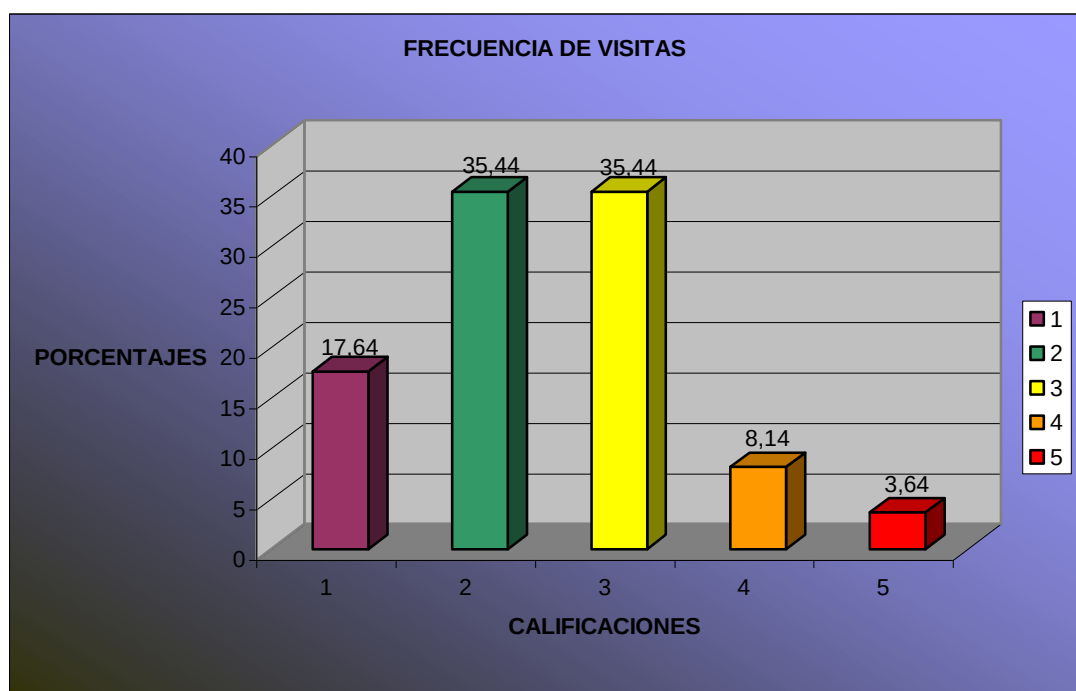
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 28



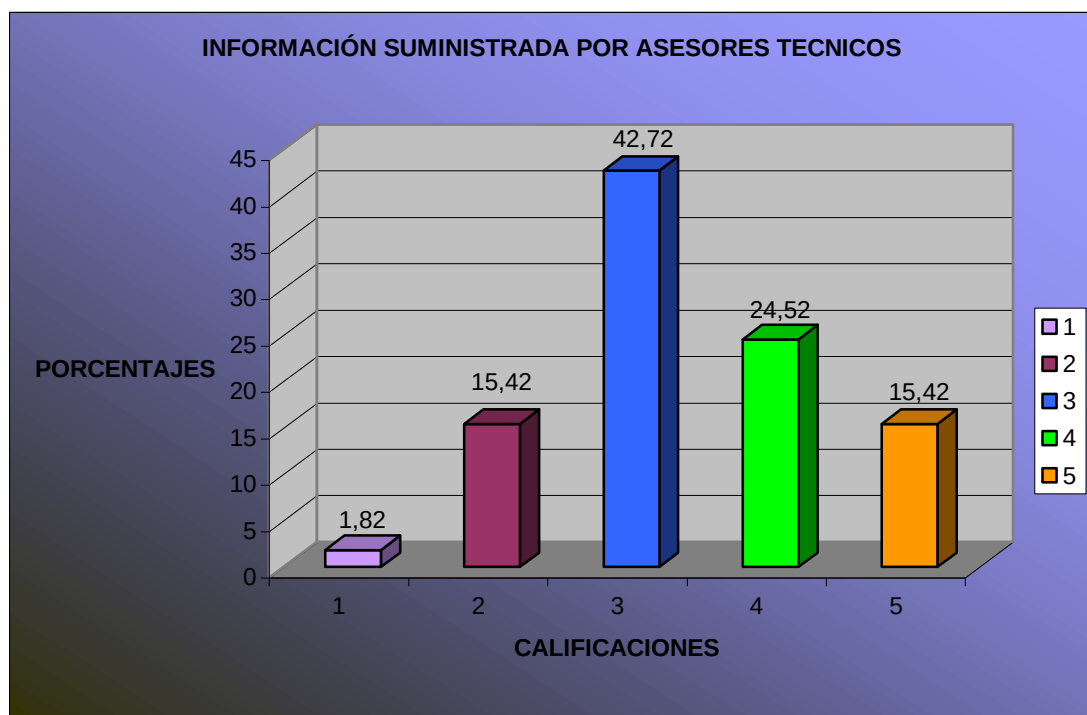
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 29



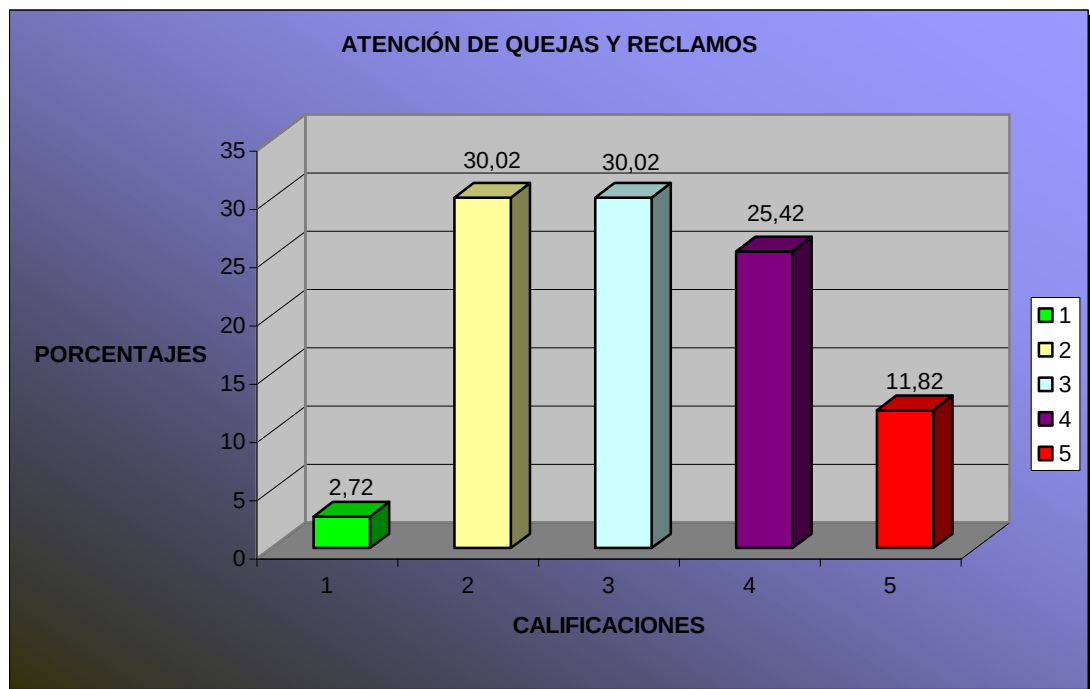
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 30



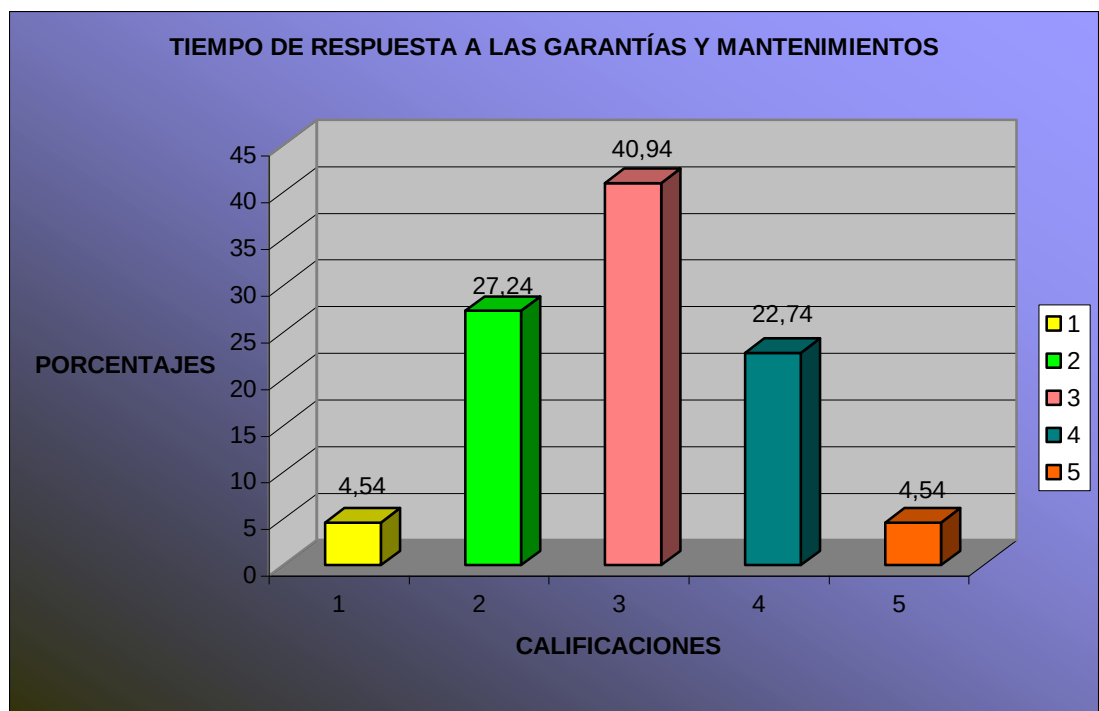
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 31



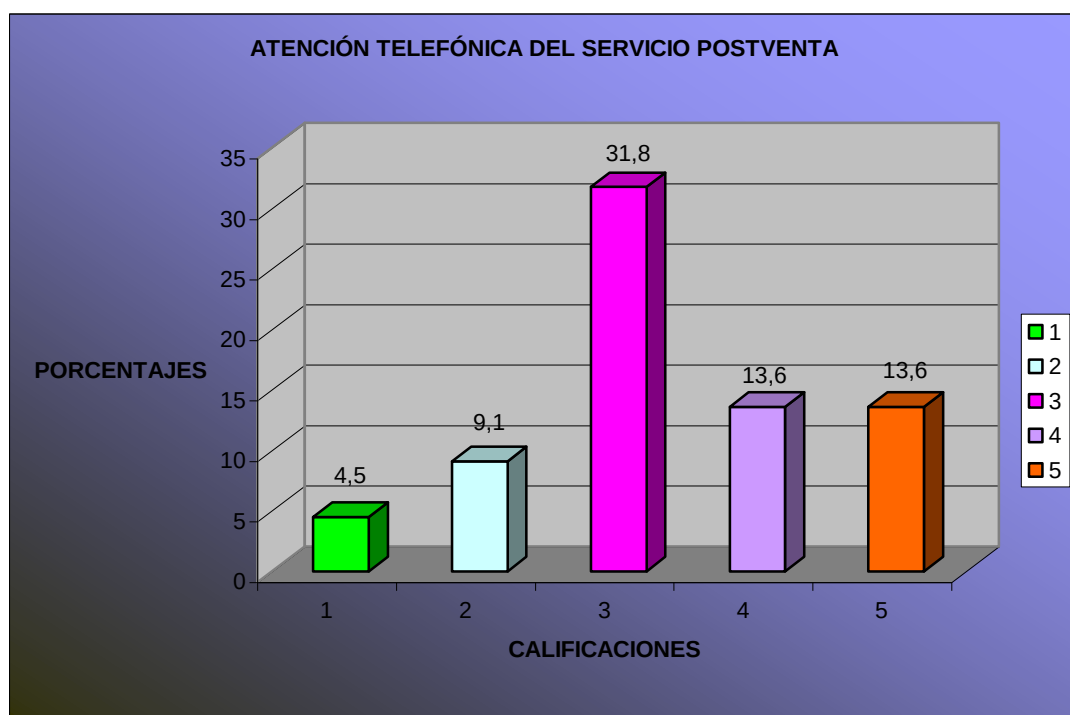
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 32



Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 33



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

La calificación obtenida en cuanto a atención postventa es de 3 puntos, esto es un 29,98%, lo que significa que los clientes no se sienten satisfechos con la atención que se les brinda luego de adquirir los sistemas informáticos.

De acuerdo a las encuestas los clientes consideran que las visitas técnicas deberían ser más frecuentes ya que el 35,44% con una calificación de 2 y 3 puntos, piensa que este servicio es indispensable para solucionar de forma rápida y oportuna las necesidades del cliente. La información suministrada por los asesores técnicos según la encuesta tiene una calificación de 3 puntos, con un 42,72%, lo que significa que los técnicos son catalogados por los clientes como personas que si brindan la información adecuada en la mayoría de ocasiones, sin embargo la falta de atención de quejas y reclamos que frecuentemente se dan en la empresa ASINFO con relación a los sistemas informáticos tiene un alto porcentaje lo que implica que este servicio debería corregirse y cambiar ciertos aspectos que no permiten que la empresa de una respuesta positiva a sus clientes y bajar de forma rápida el porcentaje negativo que

actualmente se maneja con respecto a este servicio que es de 30,02% con una calificación que varía entre 2 y 3 puntos.

El 40,94% de las encuestas indica que los clientes en su mayoría están de acuerdo en que el tiempo de respuesta a las garantías y mantenimientos se mantiene en un nivel equilibrado y por ende no les preocupa este aspecto del servicio, sin embargo se obtiene una calificación de 3 puntos que implica que deben estar atentos ante cualquier cambio que se presente. Cabe mencionar que el 31,8% de los clientes no se encuentra conforme con la atención telefónica del servicio post venta, debido a que es el medio que menos utiliza ASINFO para la atención de los clientes, la empresa da prioridad a la atención vía Internet y esto crea molestia en la mayoría de los usuarios, por esta razón la calificación de esta variable es de 3 puntos.

9. ¿Qué canal de atención para soporte técnico prefiere de las siguientes opciones?

Cuadro N° 22

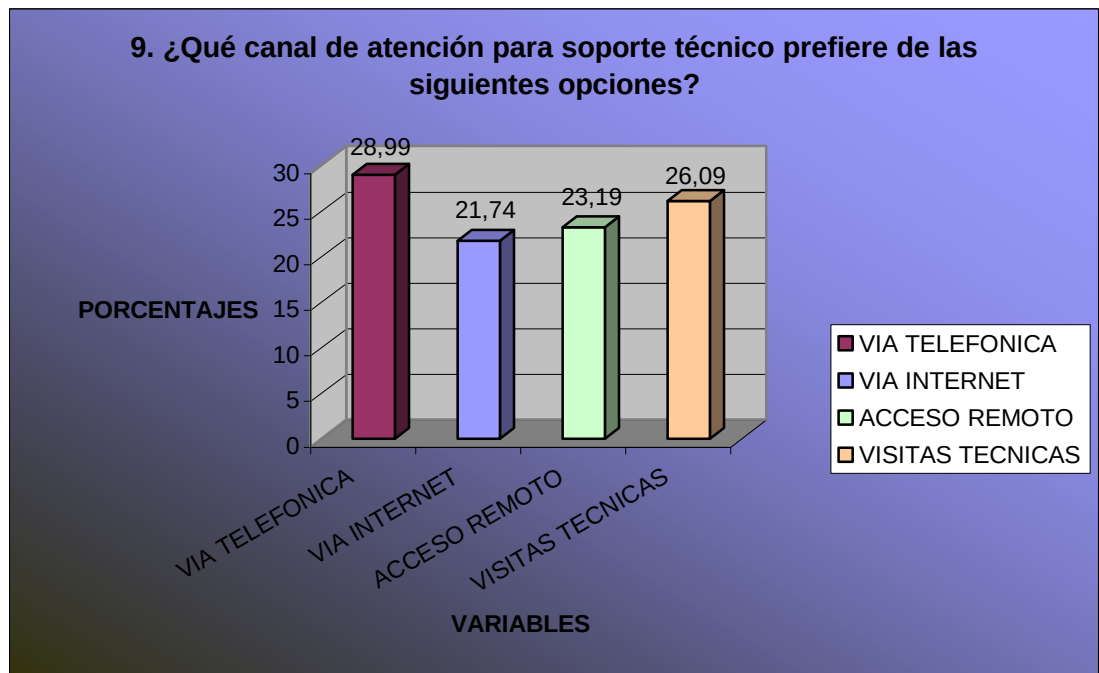
Canales de atención al cliente que los usuarios prefieren

VARIABLES	FRECUENCIA	%
VIA TELEFONICA	20	28,99
VIA INTERNET	15	21,74
ACCESO REMOTO	16	23,19
VISITAS TECNICAS	18	26,09
TOTAL	69	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 34

Canales de atención al cliente que los usuarios prefieren



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a los resultados de las encuestas el 28,99% de los clientes consideran que la mejor opción para que se les brinde atención o soporte técnico es vía telefónica, seguida con el 26,09% que prefieren visitas técnicas; estas dos opciones de atención son las más sugeridas por los clientes debido a que son las más rápidas y adecuadas para solucionar inconvenientes y dudas de forma inmediata y no tendrían que esperar demasiado tiempo para solucionar sus requerimientos.

3.2.2.4 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS DE LOS CLIENTES POTENCIALES REALIZADA EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

1. ¿Posee usted sistemas informáticos Administrativos-Financieros?

Cuadro N° 23

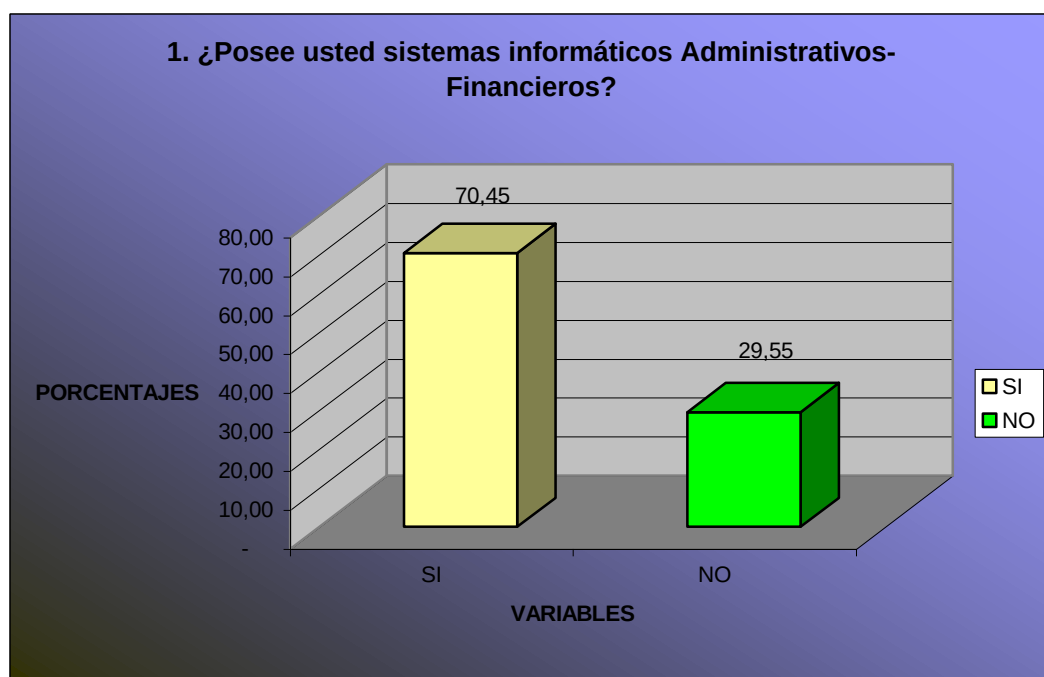
**Información para conocer si poseen sistemas informáticos Administrativos -
Financieros**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	31	70,45
NO	13	29,55
TOTAL	44	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 35

**Información para conocer si poseen sistemas informáticos Administrativos -
Financieros**



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 70,45% de los empresarios del Norte de la ciudad de Quito poseen sistemas informáticos y el 29,55% no los poseen, siendo este

último un número de empresarios potenciales para introducir los sistemas administrativos financieros de ASINFO S.C.

2. ¿Qué módulos informáticos utiliza como apoyo Administrativo en su empresa?

Cuadro N° 24

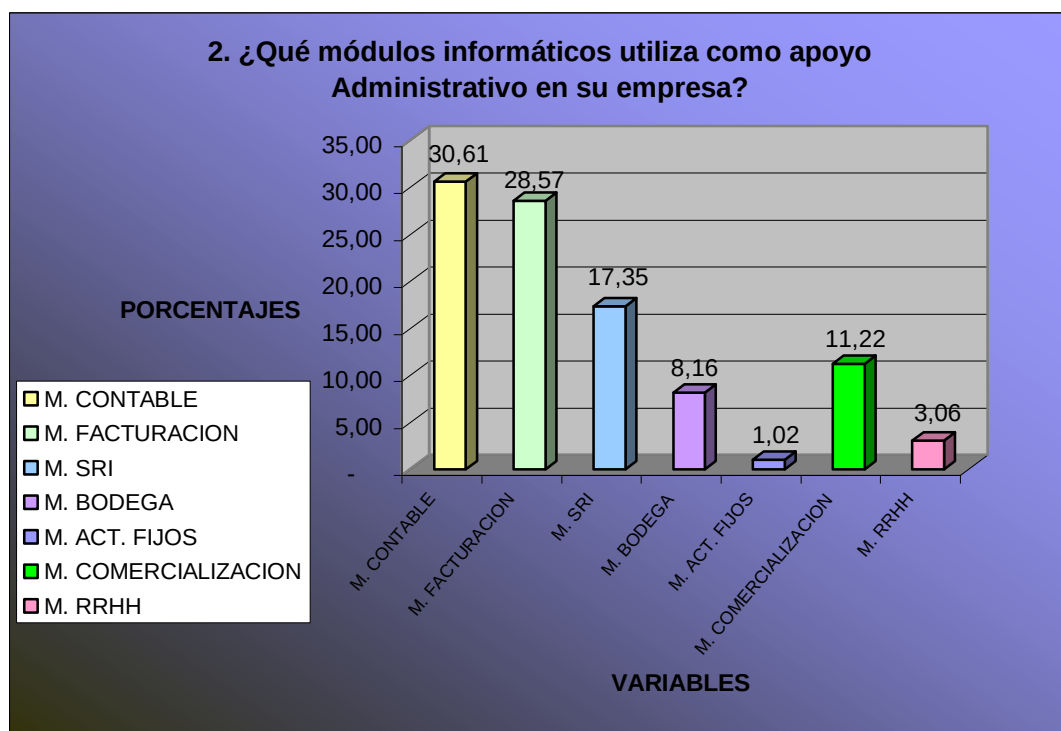
Información para conocer los módulos informáticos que utilizan los clientes potenciales

VARIABLES	FRECUENCIA	%
M. CONTABLE	30	30,61
M. FACTURACION	28	28,57
M. SRI	17	17,35
M. BODEGA	8	8,16
M. ACT. FIJOS	1	1,02
M. COMERCIALIZACION	11	11,22
M. RRHH	3	3,06
TOTAL	98	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 36

Información para conocer los módulos informáticos que utilizan los clientes potenciales



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Según las encuestas realizadas se puede denotar que el módulo contable con el 30.61%, el módulo de facturación con el 28.57% y el módulo del SRI con el 17.35% son los más utilizados en las diferentes áreas empresariales y por tanto los módulos que generan más rentabilidad a las empresas que venden este tipo de software administrativo financiero. En porcentajes más bajos pero también significativos en las empresas florícolas y de servicios se ubica el módulo de bodega con 8.16%, el módulo de activos fijos con el 1.02%, el módulo de comercialización con el 11.22% y el módulo de Recursos Humanos con el 3.06%, lo que implica que son módulos utilizados en menos medida, pero son de gran utilidad en empresas que manejan stock de productos e inventarios.

3. **¿Cree usted que es indispensable tener ayuda informática como por ejemplo Sistemas Administrativos-Financieros, para las diferentes actividades que se realizan en la empresa?**

Cuadro N° 25

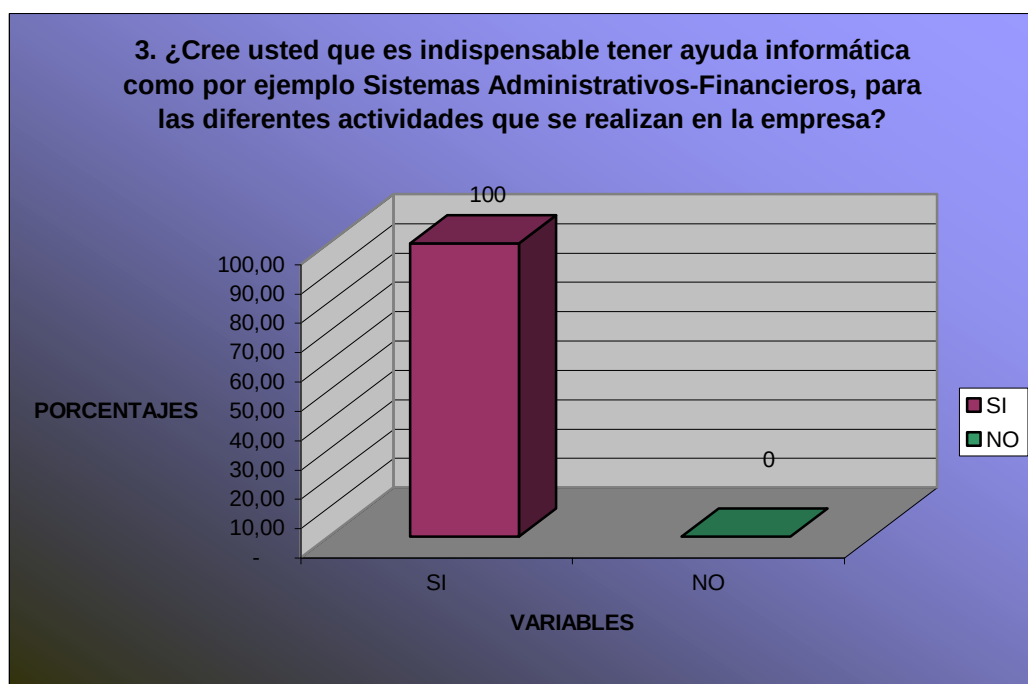
Conocer si es indispensable tener ayuda informática para las diferentes actividades que se realizan en la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	44	100,00
NO	0	-
TOTAL	44	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 37

Conocer si es indispensable tener ayuda informática para las diferentes actividades que se realizan en la empresa



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 100% de las encuestas realizadas indican que es indispensable tener ayuda informática en las diferentes áreas de la empresa, estos resultados muestran con claridad que el mercado de software administrativos financieros tiene gran oportunidad de llegar a las diferentes empresas e ingresar al mercado sin ninguna dificultad.

4. ¿En qué área de su empresa considera es más importante tener ayuda informática?

Cuadro N° 22

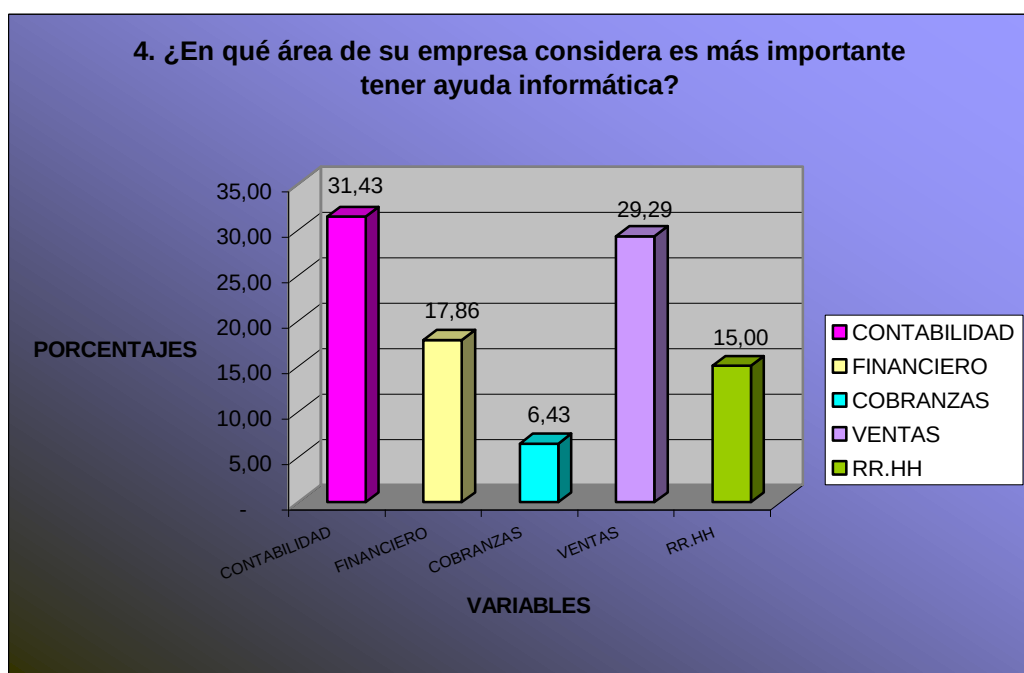
Área de la empresa que se considera importante tener ayuda informática

VARIABLES	FRECUENCIA	%
CONTABILIDAD	44	31,43
FINANCIERO	25	17,86
COBRANZAS	9	6,43
VENTAS	41	29,29
RR.HH	21	15,00
TOTAL	140	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 38

Área de la empresa que se considera importante tener ayuda informática



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas gran porcentaje de los empresarios consideran que la ayuda informática es más indispensable en el área de contabilidad y ventas con un 31.43% y 29.29% respectivamente; con estos resultados se ha demostrado que se debe direccionar las ayudas informáticas a las áreas mencionadas debido a que éstas tienen movimientos diarios y por parte de los gerentes y dueños de las empresas se requiere obtener informes diarios, semanales o mensuales de la actividad de la compañía, siendo de gran utilidad los sistemas informáticos.

El área Financiera y de Recursos Humanos ha tenido los siguientes resultados 17.86% y 15% respectivamente lo que significa que son áreas que también necesitan de ayuda informática adecuada debido a que se manejan gran cantidad de elementos y sobre todo agilizaría los procesos diarios de los mismos, finalmente con un 6.43% el departamento de cobranzas en las encuestas reflejan que en ciertas empresas este departamento es indispensable y por tanto debe manejar ayudas informáticas o a su vez son empresas que manejan ésta área dentro de departamentos como el de contabilidad o el financiero.

5. ¿Considera usted que los sistemas informáticos podrían simplificar el trabajo en las diferentes áreas de su empresa?

Cuadro N° 27

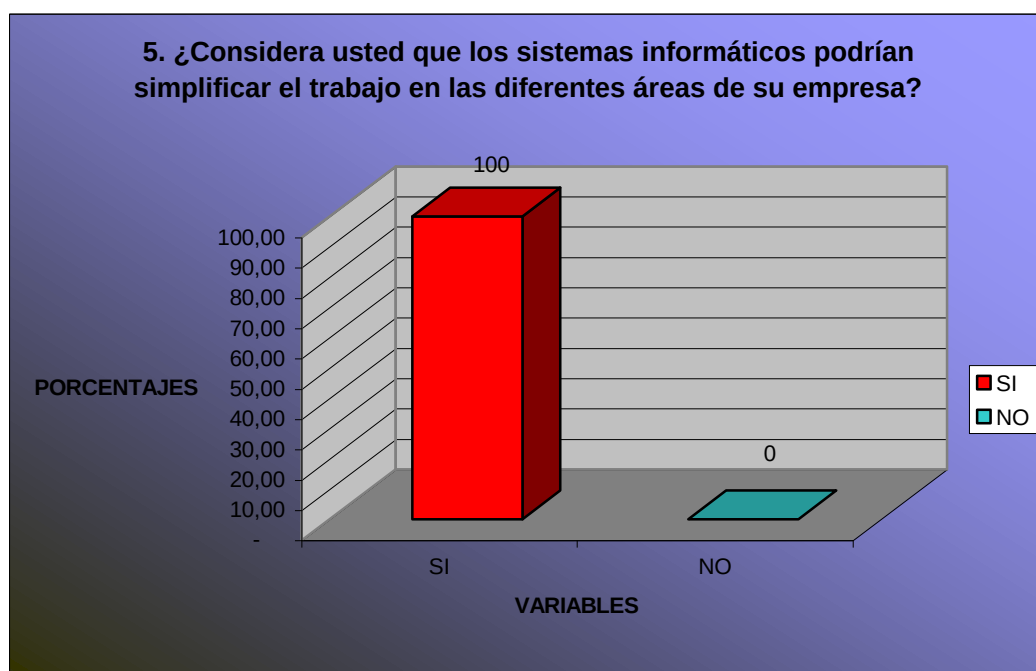
Percepción de los clientes potenciales en cuanto a beneficio de los sistemas informáticos

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	44	100,00
NO	0	-
TOTAL	44	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 39

Percepción de los clientes potenciales en cuanto a beneficio de los sistemas informáticos



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De las encuestas realizadas el 100% de empresarios manifestó que los sistemas informáticos simplifican el trabajo en las diferentes áreas de la empresa, aspecto que demuestra que los software administrativos financieros en la actualidad tienen gran acogida, por ende, la empresa ASINFO S.C. pueden aprovechar esta ventaja y promocionar su producto al mercado.

6. Cuánto estaría dispuesto a invertir por un paquete informático, de acuerdo a los siguientes rangos:

Cuadro N° 28

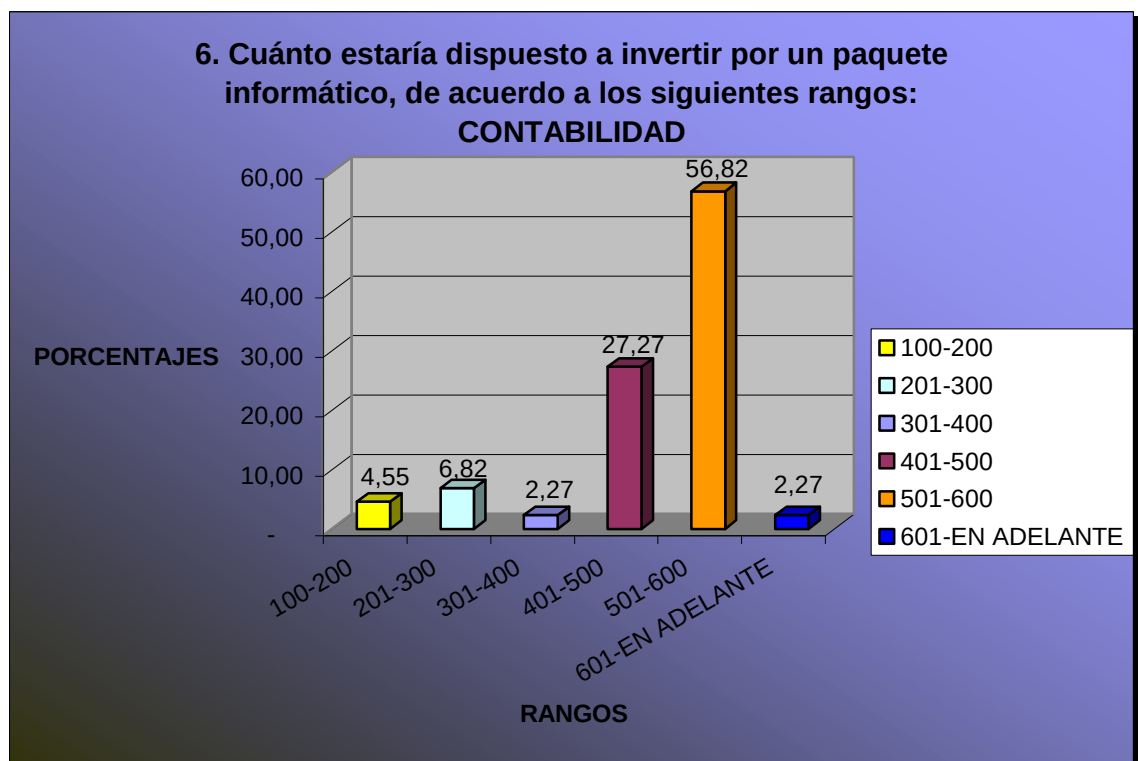
Cantidad a invertir en un paquete informático

MODULO CONTABLE		
RANGO	FRECUENCIA	%
100-200	2	4,55
201-300	3	6,82
301-400	1	2,27
401-500	12	27,27
501-600	25	56,82
601-EN ADELANTE	1	2,27
TOTAL	44	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 40

Cantidad a invertir en un paquete informático



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede denotar que el 56,85% de los empresarios estarían dispuestos a pagar por un módulo contable entre \$501 a \$600, siempre y cuando éste cumpla con todos los requerimientos del caso y sea una herramienta de fácil utilización para las actividades diarias del departamento.

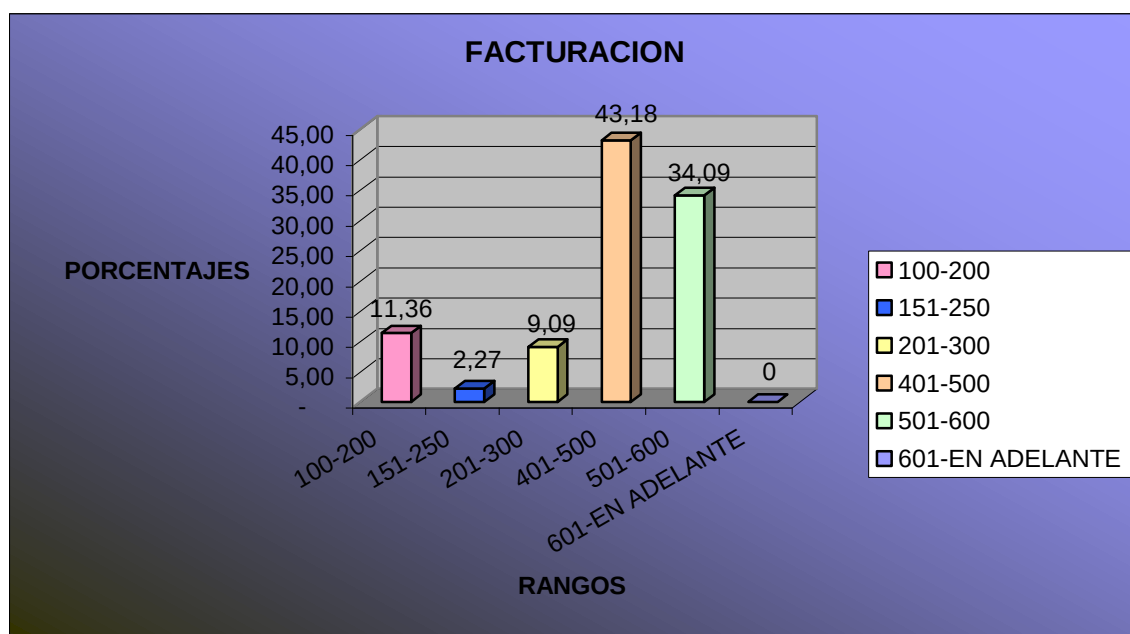
Cuadro N° 29

Módulo de Facturación

MODULO DE FACTURACIÓN		
RANGO	FRECUENCIA	%
100-200	5	11,36
151-250	1	2,27
201-300	4	9,09
401-500	19	43,18
501-600	15	34,09
601-EN ADELANTE	0	-
TOTAL	44	100,00

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 41



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

El 43,18% de los empresarios estarían dispuestos a pagar por un módulo de facturación entre \$401 a \$500, con el objeto de mantener una organización adecuada

en sus labores diarias con respecto al manejo de sus clientes y la venta de sus productos.

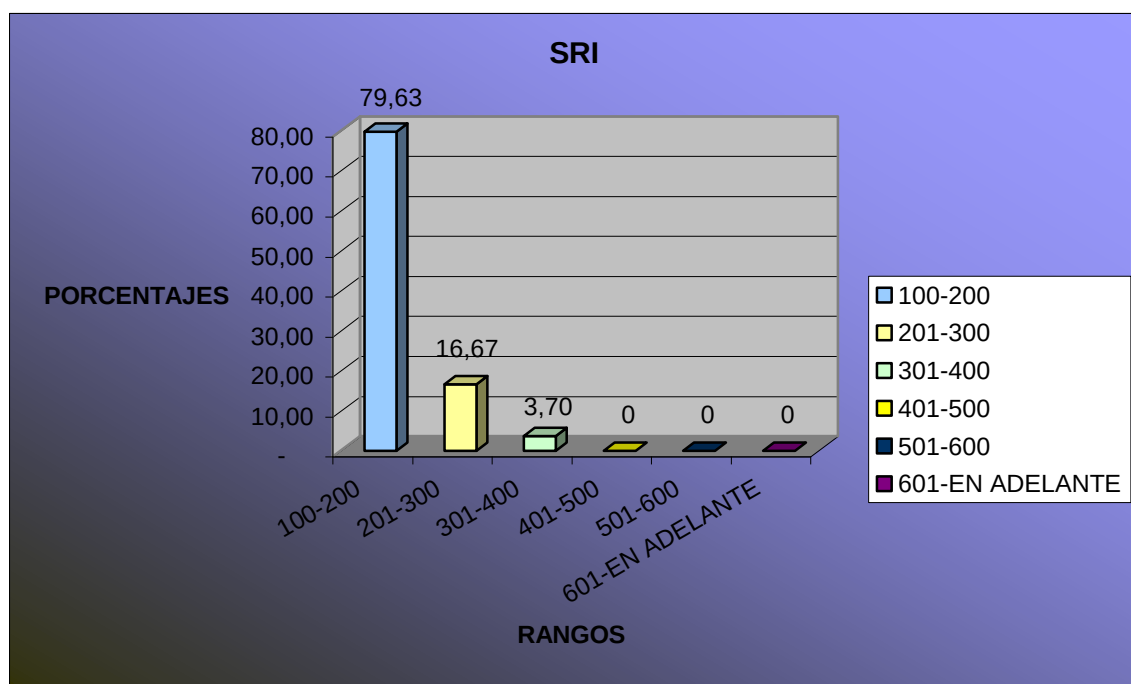
Cuadro N° 30

Módulo SRI

MODULO SRI		
RANGO	FRECUENCIA	%
100-200	43	79,63
201-300	9	16,67
301-400	2	3,70
401-500	0	-
501-600	0	-
601-EN ADELANTE	0	-
TOTAL	54	100,00

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 42



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Para el módulo del SRI los empresarios de acuerdo al 79,63% han expuesto que estarían dispuestos a invertir entre \$100 a \$200, para obtener una ayuda en el aspecto financiero, debido a que es de gran importancia para toda empresa mantener al día sus obligaciones con las instituciones del estado.

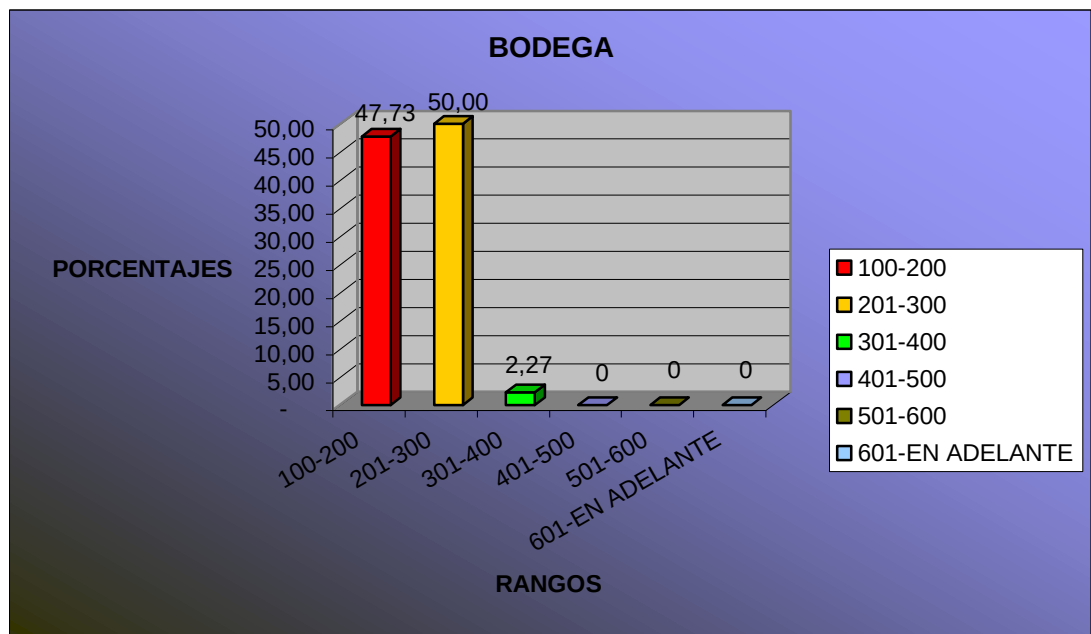
Cuadro N° 31

Módulo Bodega

MODULO BODEGA		
RANGO	FRECUENCIA	%
100-200	21	47,73
201-300	22	50,00
301-400	1	2,27
401-500	0	-
501-600	0	-
601-EN ADELANTE	0	-
TOTAL	44	100,00

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 43



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Según las encuestas los empresarios estarían dispuestos a pagar entre los \$100 a \$200 de acuerdo al 47,73%, sin embargo los resultados no varían en gran medida con respecto al rango de \$201 a \$300 debido a que las encuestas indican que el 50% de los empresarios estarían dispuestos a invertir en el módulo de bodega; este porcentaje se refleja de las empresas que mantienen stock de productos.

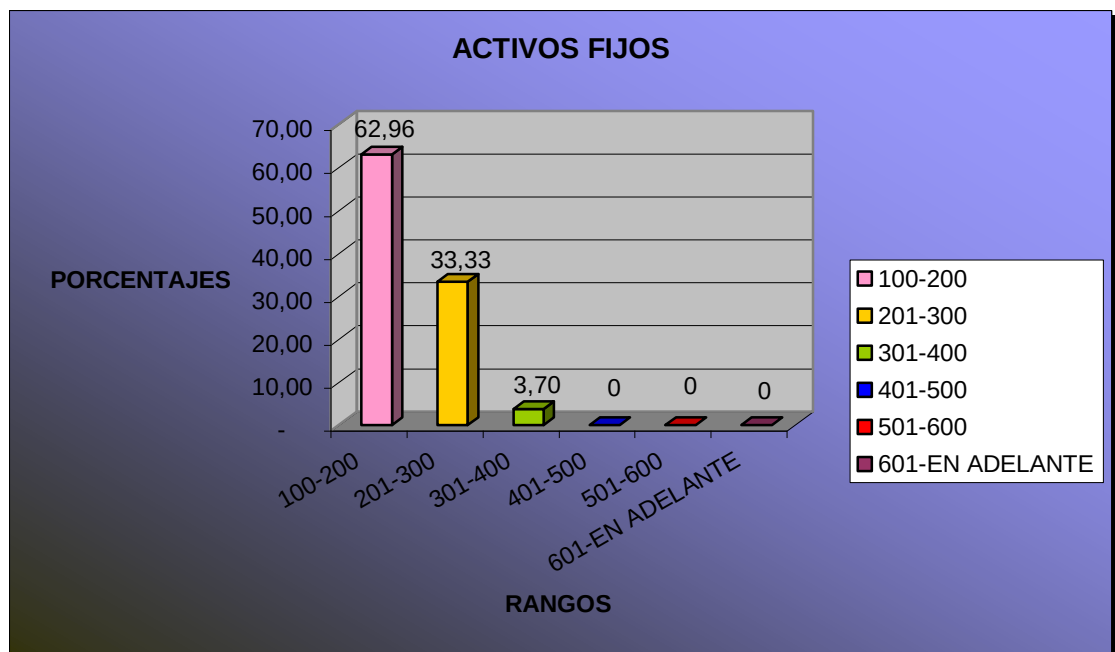
Cuadro N° 32

Módulo Activos Fijos

MODULO ACTIVOS FIJOS		
RANGO	FRECUENCIA	%
100-200	34	62,96
201-300	18	33,33
301-400	2	3,70
401-500	0	-
501-600	0	-
601-EN ADELANTE	0	-
TOTAL	54	100,00

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 44



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Según los resultados de las encuestas el 62,96% de los empresarios invertiría en el módulo de activos Fijos valores entre \$100 a \$200, debido a que es un módulo poco utilizado en las empresas y es un complemento de los sistemas grandes como por ejemplo sistemas contables – financieros.

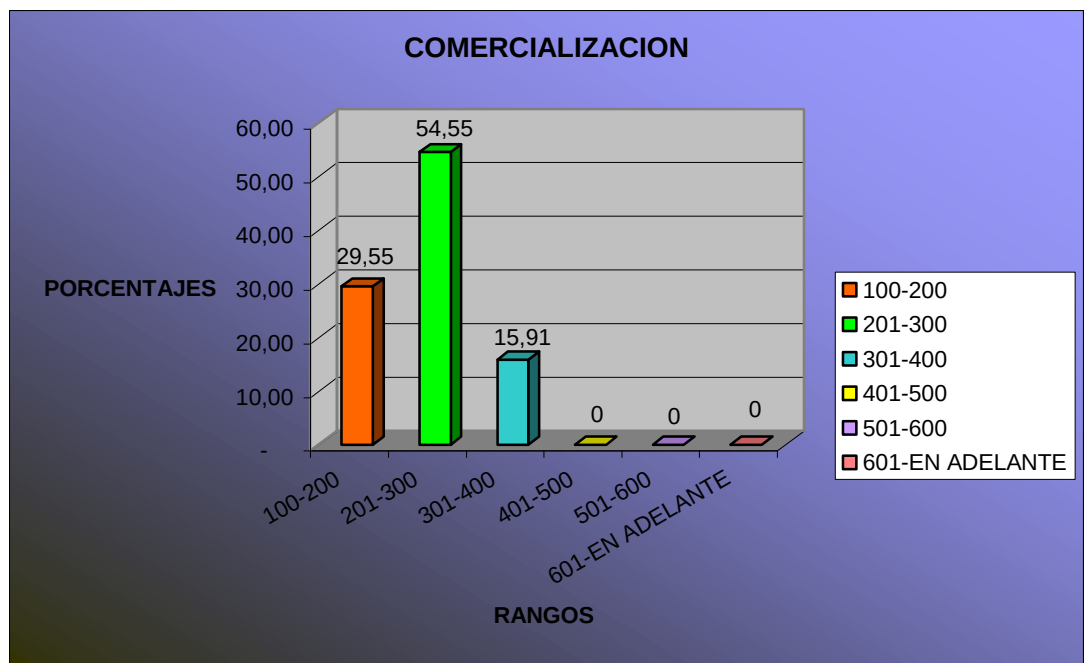
Cuadro N° 33

Módulo Comercialización

MODULO COMERCIALIZACION		
RANGO	FRECUENCIA	%
100-200	13	29,55
201-300	24	54,55
301-400	7	15,91
401-500	0	-
501-600	0	-
601-EN ADELANTE	0	-
TOTAL	44	100,00

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 45



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a los resultados de las encuestas el 54,55% de los empresarios estaría dispuesto a pagar por el módulo de comercialización entre \$201 a \$300, debido a que es un módulo no muy utilizado en el medio y básicamente se lo utiliza en las florícolas.

7. ¿En caso de adquirir un paquete informático, cual de las siguientes opciones elegiría para solucionar sus dudas o requerimientos con respecto al mismo?

Cuadro N° 34

Canales de atención más factibles para solucionar inconvenientes

VARIABLES	FRECUENCIA	%
VIA TELEFONICA	6	9,68
VIA INTERNET	21	33,87
VISITAS TECNICAS	18	29,03
ACCESO REMOTO	17	27,42
TOTAL	62	72,58

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 46

Canales de atención más factibles para solucionar inconvenientes



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas los empresarios prefieren ser atendidos en primera instancia mediante vía Internet con el 33,87%; seguida por visitas técnicas con el 29,03% y finalmente con el 27,42% mediante acceso remoto; estos medios de soporte técnico son los más mencionados por los empresarios debido a que son los

más rápidos y eficaces en cuanto a cualquier inconveniente o requerimiento de los sistemas que mantienen.

8. En caso de haber respondido la pregunta 1 en forma afirmativa. ¿Está usted satisfecho con el servicio ofertado por la empresa que le provee Sistemas Informáticos?

Cuadro N° 35

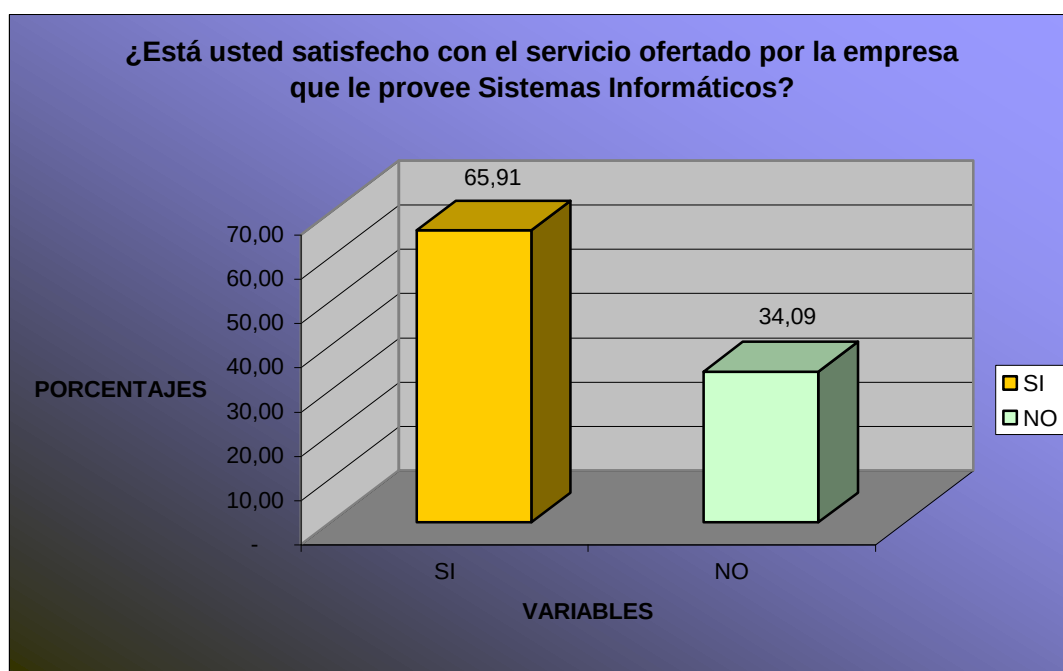
Información para medir el nivel de satisfacción que tiene con la competencia

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	29	65,91
NO	15	34,09
TOTAL	44	100

Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico N° 47

Información para medir el nivel de satisfacción que tiene con la competencia



Elaborado por: Autora de tesis

Interpretación:

Según el resultado de las encuestas el 65,91% está conforme con el servicio ofertado por la empresa que le provee los sistemas informáticos y el 34,09% no está de acuerdo con el servicio; esto muestra que del total de empresas que tienen sistemas

informáticos la mitad de ellas se siente inconforme con el servicio, lo que se convierte en una ventaja para la empresa ASINFO en cuanto a la inducción de sus sistemas al mercado y con respecto a brindar un mejor servicio para así captar más clientes y mantener los actuales.

3.2.3 PROYECCION DE LA DEMANDA

Con la determinación de datos reales de los clientes de la empresa ASINFO en el periodo comprendido entre el año 2005 a 2008 se puede visualizar que en condiciones normales, es decir, sin realizar ningún cambio en los procesos, la empresa presenta un incremento proyectado para los siguientes años.

Sin embargo el presente tema de tesis ofrece un cambio en los procesos corrigiendo sus principales errores por lo que la empresa ASINFO espera que este promedio se incremente notablemente.

CUADRO N° 36

AÑOS	N° CLIENTES	% VARIACION
2005	60	-
2006	65	8,33
2007	74	13,85
2008	90	21,62
SUMA		43,80

Elaborado por: Autora de Tesis

$$\overline{\%} = \frac{43.80}{3} = 14.60 \approx 15$$

3.2.3.1 PROYECCION DE LA DEMANDA DE ASINFO S.C. PARA EL PERIODO 2009 A 2012

CUADRO N° 37

AÑOS	N° CLIENTES
2009	105
2010	120
2011	135
2012	150

Elaborado por: Autora de Tesis

3.2.3.2 DEMANDA INSATISFECHA

En base a los datos obtenidos en las encuestas se puede considerar como demanda insatisfecha a dos grupos de clientes, los mismos que son:

- Clientes que no están conformes con las empresas que proveen de sistemas informáticos, y;
- Clientes que no poseen sistemas informáticos.

GRUPOS	%
Clientes que no están conformes con las empresas que proveen de sistemas informáticos.	25%
Clientes que no poseen sistemas informáticos.	30%

Tanto los clientes que no se encuentran conformes con las empresas proveedoras de sistemas informáticos como los que no poseen ayudas informáticas, son considerados un mercado adecuado para ser explotado, debido a que se puede tomar en cuenta las falencias de otras instituciones y acoplarlas como estrategias para mejorar la calidad y la imagen de la empresa ASINFO S.C, logrando de esta forma captar en gran parte los clientes insatisfechos, en este caso de un total de 55%.

CAPITULO IV

DISEÑO DEL PROCESO **PARA MEJORAR LA** **CALIDAD DE LA** **PRESTACION DEL** **SERVICIO AL CLIENTE** **EN LA EMPRESA** **ASINFO ASESORES** **INFORMÁTICOS S.C.**

CAPITULO IV

4. DISEÑO DEL PROCESO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S.C.

En el presente capítulo se planteará el diseño de la propuesta para el mejoramiento organizacional a través de un plan estratégico que conlleve a determinar estrategias y políticas.

4.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

Toda organización requiere definir los lineamientos que enmarcaran toda su estructura, en la cual se deberá referenciar toda la filosofía institucional para de esta manera clarificar cual es el horizonte que pretende alcanzar y los mecanismos que deberá implementar.

4.2 OBJETIVO ESTRATEGICO 1

Proporcionar una estructura adecuada que permita el sostenimiento de la organización a través de los cambios que se pretenden realizar.

4.2.1 ESTRATEGIA 1.1

Se debe definir en forma clara a donde se quiere llegar a través de la visión, misión, objetivos, políticas de ventas, compras, atención al cliente, personal, facturación, y valores corporativos.

4.2.1.1 PLAN OPERATIVO

4.2.1.1.1 DEFINICIÓN DE LA VISIÓN

ASINFO S.C. será una empresa reconocida en Asesoría Informática en el país, proyectando una imagen corporativa de excelencia en el mercado ecuatoriano solucionando de manera integral todas las necesidades de tecnología de información de sus clientes; para esto utilizará herramientas de última generación, además de brindar el software más sofisticado capaz de responder a las altas exigencias del mercado.

4.2.1.1.2 DEFINICIÓN DE LA MISIÓN

Se especializa en el desarrollo de sistemas informáticos integrados. Los productos son diseñados por técnicos e investigadores del más alto nivel profesional con el fin de brindar asesoría informática y proveer soluciones de software totalmente dinámico y flexible basado en tecnología de punta para un mercado altamente competitivo y exigente.

4.2.1.1.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS

1. Diseñar un modelo de desarrollo administrativo que permita mejorar los procesos de la empresa en cada una de las áreas a fin de elevar la calidad de la prestación del servicio al cliente en la empresa ASINFO Asesores Informáticos S.C. ubicada en el Norte de la ciudad de Quito.
2. Diversificar los productos a través del desarrollo de los sistemas “Contabilidad”, “Facturación” y “SRI” en ambiente Web en los Módulos / procesos que sean necesarios.
3. Incrementar las ventas de los sistemas de “Contabilidad”, “Facturación” y “SRI”
4. Proporcionar al cliente sistemas de Inteligencia de Negocios.
5. Negociar contratos de mantenimiento con clientes

4.2.1.1.4 POLITICAS CORPORATIVAS

En concordancia con los objetivos señalados anteriormente se ha definido los siguientes lineamientos:

Políticas en Ventas

- ASINFO se manejará a través de cotizaciones para dar a conocer los diferentes paquetes de software administrativos-financieros, los precios tienen vigencia de 30 días calendario, periodo dentro del cual deberá formalizarse el pedido, ya sea a través del correo electrónico o vía telefónica. Pasado este periodo, ASINFO puede cambiar los precios de la cotización para ajustarse a las variaciones existentes del mercado.

- Se ofrecerá concesiones especiales dependiendo del volumen de alguna negociación en particular.
- La forma de pago se dictaminará de acuerdo al volumen de ventas.
- Se realizarán evaluaciones de mercado cada semestre.
- Se efectuará en forma periódica reuniones con el personal de ventas para tener conocimientos de los requerimientos del cliente.
- Se chequeará en forma diaria las quejas presentadas por los clientes para satisfacer sus necesidades.

Políticas de Compras

- El Asistente Administrativo será responsable de las negociaciones con proveedores y del seguimiento a todo el proceso de compra, esto es, requisiciones de mercancía, órdenes de compra, condiciones comerciales y trámites de pago.
- Los contratos y acuerdos de compra de cualquier naturaleza que comprometan a ASINFO sólo podrán ser firmados por el personal autorizado de la misma y el que éste determine en los procesos establecidos.
- Se evaluará la mejor alternativa respecto a los proveedores.
- Los pagos se efectuarán en las fechas establecidas en los convenios.
- La recepción de la mercadería adquirida será en base a los horarios establecidos por ASINFO.

Políticas de atención al cliente

- Escuchar atentamente a las necesidades del cliente y mantener una comunicación constante.

- Para atender los requerimientos y asistencia técnica relacionada con los sistemas se lo hará siempre mediante la recepción del Formulario de Soporte Técnico, enviado por ASINFO. **(Ver anexo N° 6)**
- Se atenderá los pedidos de asistencia en estricto orden de llegada.
- Las órdenes de soporte serán evaluadas una a una y se procederá a asignar a uno de los profesionales que dispone la empresa para la atención de la misma.
- Los profesionales serán responsables de verificar si el cliente se encuentra satisfecho con la solución enviada.
- A lo largo del año, siempre previa concertación de cita, los clientes recibirán una visita por parte del Técnico de Atención al Cliente que tiene como finalidad garantizar una óptima comunicación con el mismo.
- La comunicación se gestionara de manera continua y eficaz a través de e-mails.
- Toda la información acerca de quejas, comentarios, sugerencias o reclamos formales se lo hará a través de soportetecnico@asinfo.com.ec

Políticas de Mercadeo y Publicidad

- Se realizará investigación de mercado cada semestre.
- La página Web de la empresa será actualizada cada mes.
- Se ejercerá estricto control en la entrega de material POP.
- El e-mailing y telemarketing se lo ejecutará de acuerdo al cronograma establecido
- La empresa aplicará las promociones de ventas a los clientes que califiquen para recibir las mismas sin excepción.

Políticas de Personal

- La iniciación de la labores y terminación de las mismas serán de acuerdo al horario establecido en el reglamento. **(Ver anexo N° 7)**
- Se establecerán horarios especiales cuando las necesidades de trabajo lo exijan.
- Para justificar los casos de ausencia por enfermedad los únicos documentos justificativos serán los referidos en el reglamento. **(Ver anexo N° 7)**
- La compañía, controlará la asistencia y cumplimiento de los horarios de trabajo de su personal, mediante registros diarios, tarjetas de asistencia o similares.
- Ningún trabajador podrá salir de su trabajo durante su horario normal.
- Es obligatorio el uso de uniforme e identificación en el horario de trabajo.

Políticas de Facturación

- Para proceder con la facturación se deberá recibir de los clientes la documentación requerida
- Se facturará toda compra que se realice a la empresa ASINFO.
- Para actualizar los datos, el cliente debe enviar su solicitud a ordensoporte@asinfo.com.ec
- La factura emitida mensualmente será entregada a los clientes los primeros diez (10) días calendario de cada mes.
- En caso de requerir la suspensión del servicio, el cliente deberá enviar su solicitud mediante carta o correo electrónico al departamento de Ventas o Facturación con antelación no menor a treinta (30) días, de lo contrario el servicio continuará facturándose.

- En caso de pérdida o robo de la factura debe enviar al departamento de facturación copia del respectivo denuncia para la elaboración de la nueva factura.
- El cierre mensual de facturación se lleva a cabo los tres (3) primeros días hábiles del mes.

4.2.1.1.5 VALORES CORPORATIVOS

ASINFO Asesores Informáticos S.C., es una empresa que se esfuerza día a día, para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, brindando calidad y servicio confiable, razón por la cual ha formado los valores que a continuación se presentan en la matriz axiológica:

Cuadro N° 38
MATRIZ AXIOLÓGICA

PRINCIPIOS	SOCIEDAD	ESTADO	FAMILIA	CLIENTES	PROVEEDORES	COLABORADORES	ACCIONISTAS
CALIDAD				X	X		
JUSTICIA	X	X	X	X	X	X	X
INNOVACION				X	X		
PUNTUALIDAD	X	X	X	X	X	X	X
COHERENCIA	X		X	X	X	X	X
COMUNICACIÓN	X	X	X	X	X	X	X
CONFIANZA	X	X	X	X	X	X	X
COMPROMISO	X	X	X	X	X	X	X
HUMANISMO	X		X	X	X	X	X
RESPECTO	X	X	X	X	X	X	X
HONESTIDAD	X	X	X	X	X	X	X
PARTICIPACIÓN	X	X		X	X	X	X
EXCELENCIA	X	X		X	X	X	X
COMPETITIVIDAD	X	X		X	X		

Elaborado por: Autora de Tesis

a) CALIDAD: En todos los ámbitos de cada uno de los proyectos que se realizan.

- b) JUSTICIA:** Hacia el personal, tanto en el trato como en la asignación de actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.
- c) INNOVACIÓN:** Continua de las estrategias y de los diferentes métodos de trabajo.
- d) PUNTUALIDAD:** En la entrega de los trabajos solicitados por los clientes.
- e) COHERENCIA:** Entre el compromiso que se traza con el cliente y el trabajo que se efectúa.
- f) COMUNICACIÓN:** Constante y efectiva, entre todos los miembros que forman parte de la empresa, así como con los proveedores y clientes.
- g) CONFIANZA:** En que se realizarán todas las labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de los clientes.
- h) COMPROMISO:** Con todos los clientes, al brindar un servicios de calidad; con la sociedad, al brindar estabilidad a las familias del personal; y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado de éste.
- i) HUMANISMO:** entendiendo por tal, el ejercicio de una gestión con sentido de justicia y participativa, orientada al desarrollo integral de sus trabajadores, a la integración del factor ambiental en sus acciones y al compromiso social con la región.
- j) RESPETO:** constituye el trato justo y considerado entre los trabajadores, hacia el ambiente, las instituciones y la sociedad.
- k) HONESTIDAD:** reflejado en el comportamiento de sus trabajadores, en todos sus niveles, con sentido de justicia y honradez, y la gestión transparente de los procesos administrativos internos y las acciones de desarrollo que impulse la institución.
- l) PARTICIPACIÓN:** propiciando una cultura que valora y motiva la generación compartida de ideas y de acciones dirigidas al mejoramiento continuo de la organización y de todos los habitantes del territorio.

m) EXCELENCIA: expresado en la búsqueda de la calidad de procesos y de mejora continua de las instituciones y las empresas de la zona.

n) COMPETITIVIDAD: atendiendo a un conjunto de actividades y conductas que incidan en la mejor utilización de los recursos en el logro de nuestro rol.

➤ **CRONOGRAMA**

1 mes

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 39

Costo de aplicación para definir visión, misión, objetivos, políticas y valores

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
1	Definir la visión, misión, objetivos, políticas y valores.	800,00	800,00
		TOTAL	800,00

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ **INDICADORES**

Visión, misión, objetivos, políticas y valores elaborados.

4.3 OBJETIVO ESTRATEGICO 2

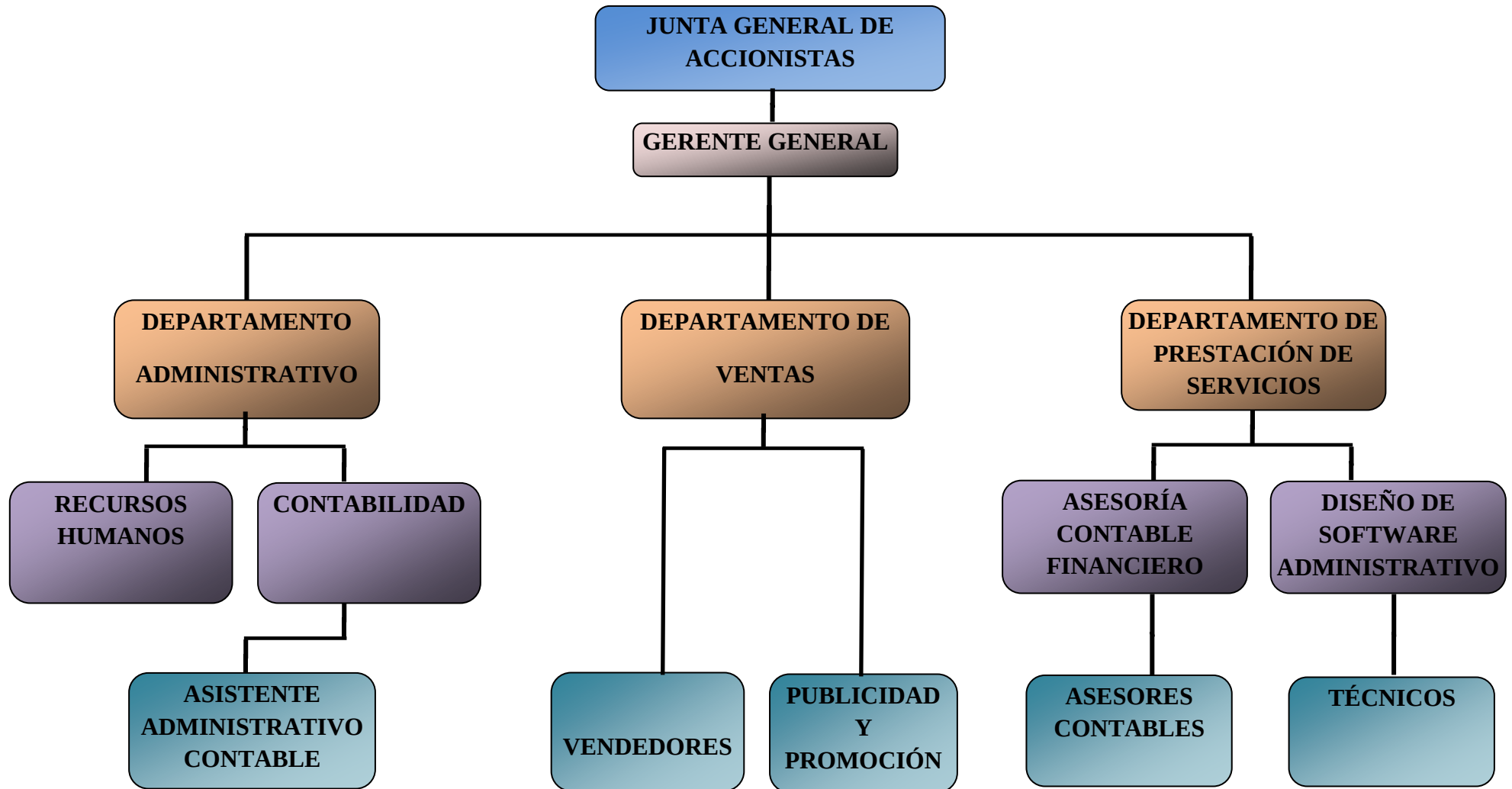
Definir una estructura organizacional que refleje de manera precisa los diferentes niveles, cargos y relaciones existentes dentro de la empresa.

4.3.1 ESTRATEGIA 2.1

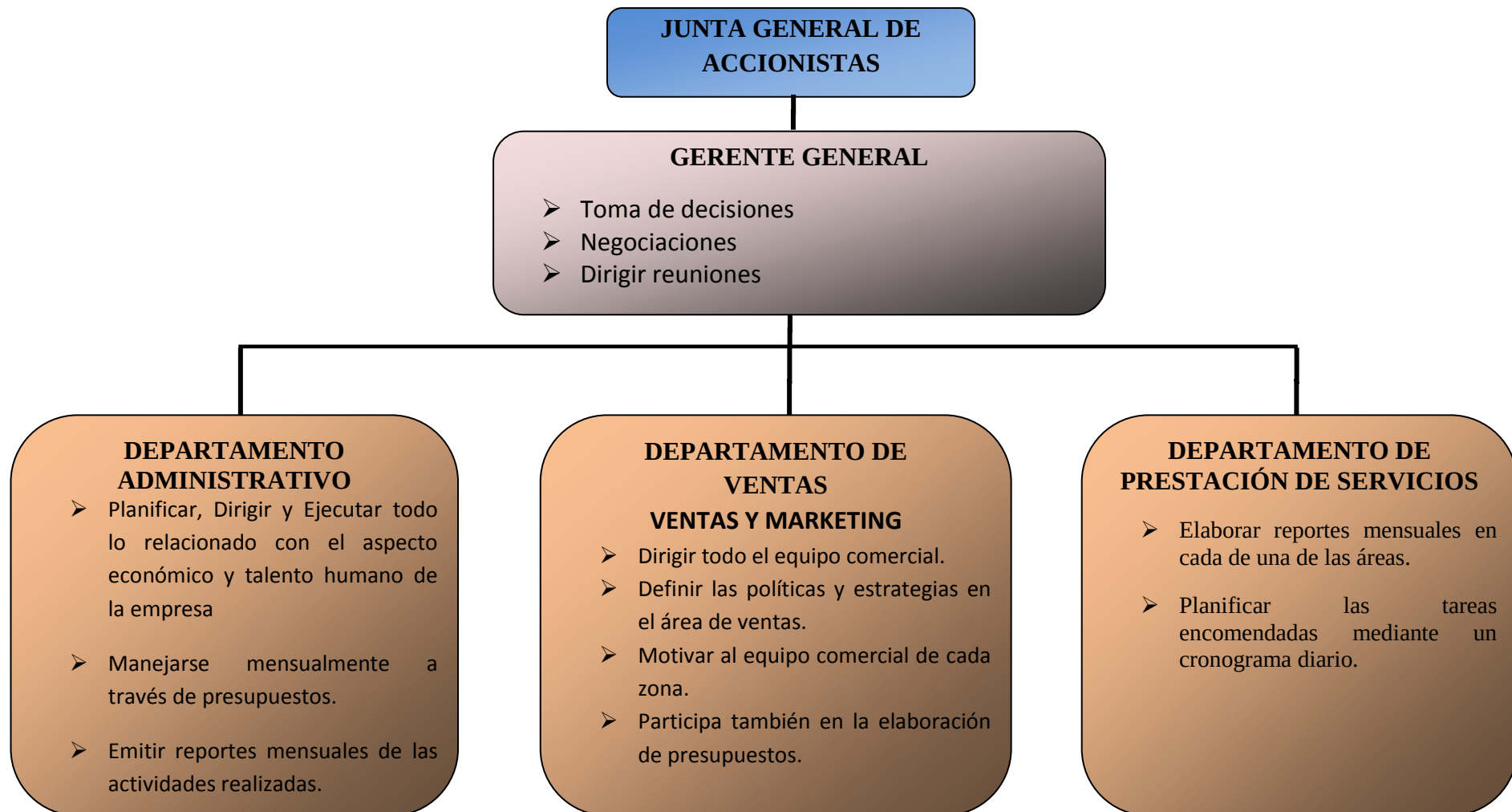
Diseñar los organigramas estructural y funcional.

4.3.1.1 PLAN OPERATIVO 2.1

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO PARA LA EMPRESA ASINFO S.C.



ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA
ORGANIGRAMA FUNCIONAL PROPUESTO PARA LA EMPRESA ASINFO S.C.



➤ **CRONOGRAMA**

1 mes

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 40

Costo de aplicación para diseñar los organigramas estructural y funcional

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
1	Diseñar los organigramas estructural y funcional	0,00	0,00
		TOTAL	0,00

NOTA: El costo de esta estrategia ya está tomado en cuenta en la estrategia 1.1

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ **INDICADORES**

Organigramas estructural y funcional elaborados.

4.3.2 ESTRATEGIA 2.2

Definir las funciones y requerimientos de puestos

4.3.2.1 PLAN OPERATIVO 2.2

DETERMINACIÓN DE FUNCIONES Y REQUERIMIENTO DE PUESTOS DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Cuadro N° 41

➤ **FUNCIONES: JEFE DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO**

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009																																								
NOMBRE DEL CARGO: JEFE DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO																																										
FUNCIONES A SU CARGO: Se encarga de supervisar las actividades diarias, tanto del Jefe de Recursos Humanos como del Contador General, con esto se obtiene organización y control de todos los movimientos de la empresa ASINFO S.C. El Jefe del Departamento Administrativo debe conseguir que el área a su cargo lleve el mayor control debido a que deberá emitir informes trimestrales o semestrales de acuerdo a las necesidades de los accionistas y propietarios de la empresa, a su vez organizar reuniones según sea el caso para indicar cualquier tipo de novedad o requerimiento con respecto al personal o a la empresa.																																										
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Jefe de Recursos Humanos * Contador General * Asistente Administrativo Contable * Mensajero																																										
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Superior: Ingeniero en Administración de Empresas, Doctor en Auditoría o carreras afines. Debe conocer aspectos básicos de manejo de personal y contabilidad.																																										
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 2 años																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="304 1536 1007 1603">DESTREZAS:</th> <th data-bbox="1007 1570 1161 1603">BUENO</th> <th data-bbox="1161 1570 1316 1603">MUY BUENO</th> <th data-bbox="1316 1570 1481 1603">EXCELENTE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="304 1603 1007 1637">Capacidad para trabajar bajo presión</td> <td data-bbox="1007 1603 1161 1637"></td> <td data-bbox="1161 1603 1316 1637"></td> <td data-bbox="1316 1603 1481 1637">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1637 1007 1671">Seguridad en sí mismo</td> <td data-bbox="1007 1637 1161 1671"></td> <td data-bbox="1161 1637 1316 1671"></td> <td data-bbox="1316 1637 1481 1671">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1671 1007 1704">Iniciativa</td> <td data-bbox="1007 1671 1161 1704"></td> <td data-bbox="1161 1671 1316 1704"></td> <td data-bbox="1316 1671 1481 1704">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1704 1007 1738">Habilidad para tomar decisiones</td> <td data-bbox="1007 1704 1161 1738"></td> <td data-bbox="1161 1704 1316 1738"></td> <td data-bbox="1316 1704 1481 1738">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1738 1007 1771">Adaptabilidad al cambio</td> <td data-bbox="1007 1738 1161 1771"></td> <td data-bbox="1161 1738 1316 1771"></td> <td data-bbox="1316 1738 1481 1771">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1771 1007 1805">Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)</td> <td data-bbox="1007 1771 1161 1805"></td> <td data-bbox="1161 1771 1316 1805"></td> <td data-bbox="1316 1771 1481 1805">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1805 1007 1839">Entendimiento de dispositivos mecánicos</td> <td data-bbox="1007 1805 1161 1839"></td> <td data-bbox="1161 1805 1316 1839"></td> <td data-bbox="1316 1805 1481 1839">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1839 1007 1872">Facilidad para relacionarse con compañeros</td> <td data-bbox="1007 1839 1161 1872"></td> <td data-bbox="1161 1839 1316 1872"></td> <td data-bbox="1316 1839 1481 1872">X</td> </tr> <tr> <td data-bbox="304 1872 1007 1917">Facilidad para manejar personal</td> <td data-bbox="1007 1872 1161 1917"></td> <td data-bbox="1161 1872 1316 1917"></td> <td data-bbox="1316 1872 1481 1917">X</td> </tr> </tbody> </table>			DESTREZAS:	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE	Capacidad para trabajar bajo presión			X	Seguridad en sí mismo			X	Iniciativa			X	Habilidad para tomar decisiones			X	Adaptabilidad al cambio			X	Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X	Entendimiento de dispositivos mecánicos			X	Facilidad para relacionarse con compañeros			X	Facilidad para manejar personal			X
DESTREZAS:	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE																																							
Capacidad para trabajar bajo presión			X																																							
Seguridad en sí mismo			X																																							
Iniciativa			X																																							
Habilidad para tomar decisiones			X																																							
Adaptabilidad al cambio			X																																							
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X																																							
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X																																							
Facilidad para relacionarse con compañeros			X																																							
Facilidad para manejar personal			X																																							

Cuadro N° 42

➤ FUNCIONES: JEFE DE RECURSOS HUMANOS

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE RECURSOS HUMANOS			
FUNCIONES A SU CARGO:			
Planeación de personal: Determina las necesidades de personal en la empresa, determina los objetivos, políticas, procedimientos y programas de administración de personal dentro de la empresa. Empleo (reclutamiento, selección, contratación e inducción): Lograr que todos los puestos sean cubiertos por personal idóneo, de acuerdo a una adecuada planeación de recursos humanos. Capacitación y desarrollo: Tiene por objeto ampliar, desarrollar y perfeccionar al hombre para su crecimiento profesional en determinado puesto en la empresa o para estimular su eficiencia y productividad. Administración de sueldos y salarios: lograr que la remuneración global que recibe el trabajador sea adecuado a la importancia del puesto, eficiencia personal, necesidades y posibilidades de la empresa. Prestaciones y servicio de personal. Las actividades enfocadas a proporcionar al trabajador beneficio ya sea en dinero o en especie. Satisfacer las necesidades de los trabajadores que laboran en la organización y tratar de ayudarles en los problemas relacionados a su seguridad y bienestar personal. Seguridad e Higiene en el trabajo: Conocimientos y técnicas dedicadas a reconocer, evaluar y controlar aquellos factores del ambiente, psicológicos o tensionales, que provienen del trabajo y pueden causar enfermedades, accidentes o deteriorar la salud. Desarrollar y mantener instalaciones y procedimientos para prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Relaciones laborales: Se ocupa de negociar los términos del contrato o convenio de trabajo, interpretar la Ley Laboral en lo que se refiere a las políticas y practicas de la organización, así como el arreglo arbitrario de cualquier agravio que surja de tales contratos.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA:			
* Jefe del Departamento Administrativo * Asistente Administrativo Contable * Mensajero			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO:			
INSTRUCCIÓN * Superior: Títulos obtenidos en Ingeniería Comercial con mención en RR.HH o Psicólogo Industrial.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO			
Mínimo 2 años			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones			X
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal			X

Cuadro N° 43

➤ FUNCIONES: CONTADOR GENERAL

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR GENERAL			
FUNCIONES A SU CARGO: Supervisa y controla las actividades realizadas por el Asistente Administrativo Contable, con el objeto de mantener al día la información y los movimientos de la empresa, al igual que los pagos y las obligaciones con las diferentes entidades del Estado. Las actividades que designa al Asistente Administrativo Contable lo hace mediante comunicados escritos para tener constancia de que se han realizado las tareas asignadas. El Contador General tiene la obligación de emitir informes semestrales a las autoridades de ASINFO S.C. y sugerir de ser el caso cambios o modificaciones para beneficio de la misma.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Jefe del Departamento Administrativo * Asistente Administrativo Contable * Mensajero			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Superior: Títulos obtenidos en Contabilidad y Auditoría o afines * Cursos: Tributación de acuerdo a las nuevas modificaciones del Estado.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 2 años			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones			X
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal			X

Cuadro N° 44

➤ FUNCIONES: ASISTENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE			
FUNCIONES A SU CARGO: Realiza el trabajo designado tanto por el Jefe de Recursos Humanos como por el Contador, encargándose de mantener al día las actividades que se realizan a diario en ASINFO S.C., utiliza los comunicados escritos emitidos por el Contador y el Jefe de Recursos Humanos con el objeto de dar informe de lo realizado y lo que se encuentra pendiente por realizar. El archivo también es una función que debe mantener al día el Asistente Administrativo Contable para que exista mayor control y organización en la compañía. Con respecto a la atención al cliente será la encargada de filtrar llamadas a los diferentes departamentos de ASINFO S.C., de acuerdo al nivel de requerimiento de los clientes y al técnico asignado. Al final de cada mes entregará un informe al Gerente General para analizarlo en la junta de accionistas y visualizar las horas de servicio prestado a cada uno de los clientes y medir el tiempo de trabajo de los técnicos.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Jefe del Departamento Administrativo * Jefe de Recursos Humanos * Contador General * Mensajero			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Cursando estudios superiores: Estudios en Contabilidad y Auditoría o carreras afines * Conocimientos en Tributación y aspectos legales vigentes en el país.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 1 año			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones		X	
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal		X	

DEPARTAMENTO DE VENTAS

Cuadro N° 45

➤ FUNCIONES: JEFE DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE VENTAS			
FUNCIONES A SU CARGO: Mantiene contacto directo con los clientes y se encarga de realizar demostraciones en las diferentes empresas para dar a conocer los sistemas informáticos administrativos que se ofrecen, designa sectores específicos a los vendedores para que realicen diariamente la ruta de visitas técnicas, esto lo maneja mediante informes de visita técnica, los mismos que son entregados y archivados para mantener control estricto de las actividades realizadas. El Jefe de ventas es también el responsable de todas las actividades de publicidad y promoción de la empresa, se encarga de planear y ejecutar estrategias para dar a conocer los sistemas informáticos a través de ferias, exposiciones y vía internet.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTUA: * Vendedores			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Superior: Título obtenido en Administración de Empresas, Marketing o afines. * Cursos relacionados con Liderazgo y Relaciones Públicas.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 2 años			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones			X
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X
Entendimiento de dispositivos mecánicos		X	
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal			X

Cuadro N° 46

➤ FUNCIONES: VENDEDORES

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: VENDEDORES			
FUNCIONES A SU CARGO: Los vendedores son asignados a diferentes sectores diariamente, manejando sus informes mediante una hoja de ruta la cual deben cumplir a cabalidad, y escribir en ellas las actividades que realizaron y los clientes que visitaron, conjuntamente con las novedades que tuvieron a lo largo de las visitas realizadas. Ellos también deberán aportar con ideas y estrategias de venta en las reuniones mensuales, debido a que conocen más a fondo las necesidades de los clientes.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Jefe del Departamento de Ventas y Marketing			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Superior: Títulos obtenidos en Marketing * Cursos obtenidos en Técnicas de Ventas o Marketing.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 1 año			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones		X	
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X
Entendimiento de dispositivos mecánicos		X	
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal		X	

DEPARTAMENTO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Cuadro N° 47

➤ FUNCIONES: ASESORES CONTABLES FINANCIEROS

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: ASESORES CONTABLES			
FUNCIONES A SU CARGO: Son los encargados de mantener al día las transacciones de la empresa y de llevar un control adecuado de pagos a entidades como IESS y SRI, debiendo asumir multas ocasionadas por incumplimientos con las mismas. Realizar Conciliaciones Bancarias, emitir Balances semestrales para ser entregados al Contador General.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Jefe del Departamento de Prestación de Servicios * Contador General * Mensajero			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Contador Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración * Superior: Títulos obtenidos en Contabilidad y Auditoría o carreras a fines			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 1 año			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones			X
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)			X
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal			X

Cuadro N° 48

➤ FUNCIONES: JEFE DEL DEPARTAMENTO TÉCNICO

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: JEFE DEL DEPARTAMENTO TÉCNICO			
FUNCIONES A SU CARGO: Revisan y analizan las órdenes que se les asigna y dan atención al cliente ya sea mediante vía telefónica vía internet o visitas técnicas, esto de acuerdo al grado de complejidad de las ordenes de soporte. Los técnicos deberán llenar diariamente un reporte de horas en el cual consta el tiempo de atención para cada uno de los clientes. Asi mismo son los responsables de mantener los sistemas administrativos actualizados de manera que cumplan con las leyes y reglamentos vigentes del país.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Técnicos			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Superior: Cursando estudios universitarios en Ingeniería de Sistemas * Cursos: Realizados en Visual Fox, Java, Oracle, etc.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 1 año			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones		X	
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)		X	
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal	X		

Cuadro N° 49

➤ FUNCIONES: TÉCNICOS

	MANUAL DE FUNCIONES	PAGINA: 1 DE 1 AÑO: 2009	
NOMBRE DEL CARGO: TÉCNICOS			
FUNCIONES A SU CARGO: Revisan y analizan las órdenes que se les asigna y dan atención al cliente ya sea mediante vía telefónica vía internet o visitas técnicas, esto de acuerdo al grado de compeljidad de las ordenes de soporte. Los técnicos deberán llenar diariamente un reporte de horas en el cual consta el tiempo de atención para cada uno de los clientes. Asi mismo son los responsables de mantener los sistemas administrativos actualizados de manera que cumplan con las leyes y reglamentos vigentes del país.			
PERSONAL CON QUIEN INTERACTÚA: * Jefe del Departamento de Prestación de Servicios * Jefe del Departamento Técnico			
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: INSTRUCCIÓN * Superior: Cursando estudios universitarios en Ingeniería de Sistemas * Cursos: Realizados en Visual Fox, Java, Oracle, etc.			
EXPERIENCIA EN EL CARGO Mínimo 1 año			
DESTREZAS:			
	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Capacidad para trabajar bajo presión			X
Seguridad en sí mismo			X
Iniciativa			X
Habilidad para tomar decisiones		X	
Adaptabilidad al cambio			X
Habilidad para planificar (planear, organizar y ejecutar)		X	
Entendimiento de dispositivos mecánicos			X
Facilidad para relacionarse con compañeros			X
Facilidad para manejar personal	X		

➤ **CRONOGRAMA**

1 mes

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 50

Costo de aplicación para definir las funciones y requerimientos de puestos

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
1	Definir las funciones y requerimientos de puestos	0,00	0,00
		TOTAL	0,00

NOTA: El costo de esta estrategia ya está tomado en cuenta en la estrategia 1.1

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ **INDICADORES**

Funciones y requerimientos de puestos elaborados.

4.3.3 ESTRATEGIA 2.3

Diseñar el manual de procedimientos y sus respectivos flujogramas

4.3.3.1 PLAN OPERATIVO

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

DESARROLLO DEL SOFTWARE

	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C. PLAN DE CALIDAD INSTALACIÓN / ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA
---	--

OBJETIVO

Realizar una correcta instalación / actualización del Software que comercializa la empresa ASINFO S.C.

ALCANCE

Este plan abarca desde dar a conocer el contrato de licencia de usuario final al cliente hasta la validación de funcionamiento del sistema.

DUEÑO DE PLAN DE CALIDAD

Técnico de soporte

POLÍTICAS

- El Jefe del Departamento Técnico debe verificar antes de la fecha de instalación los requerimientos mínimos de Hardware y Software en los computadores del cliente.
- Las instalaciones deberán realizarse previa cita con el Jefe del Departamento Técnico.
- El Jefe de Ventas y Marketing debe asegurarse que el paquete de instalación este completo (Factura, Producto-Software, obsequios promocionales, etc.)

- El vendedor asignado tiene que hacer leer y firmar el CLUF al cliente y traer una copia a las oficinas de ASINFO S.C.

TÉRMINOS Y DEFINICIONES GENERALES

CLUF: Contrato de Licencia para Usuario Final

USUARIO: Número de licencias del Producto-Software

RESPALDO: Es la obtención de una copia de los datos en otro medio magnético, de tal modo que a partir de dicha copia es posible restaurar el sistema al momento de haber realizado el respaldo.

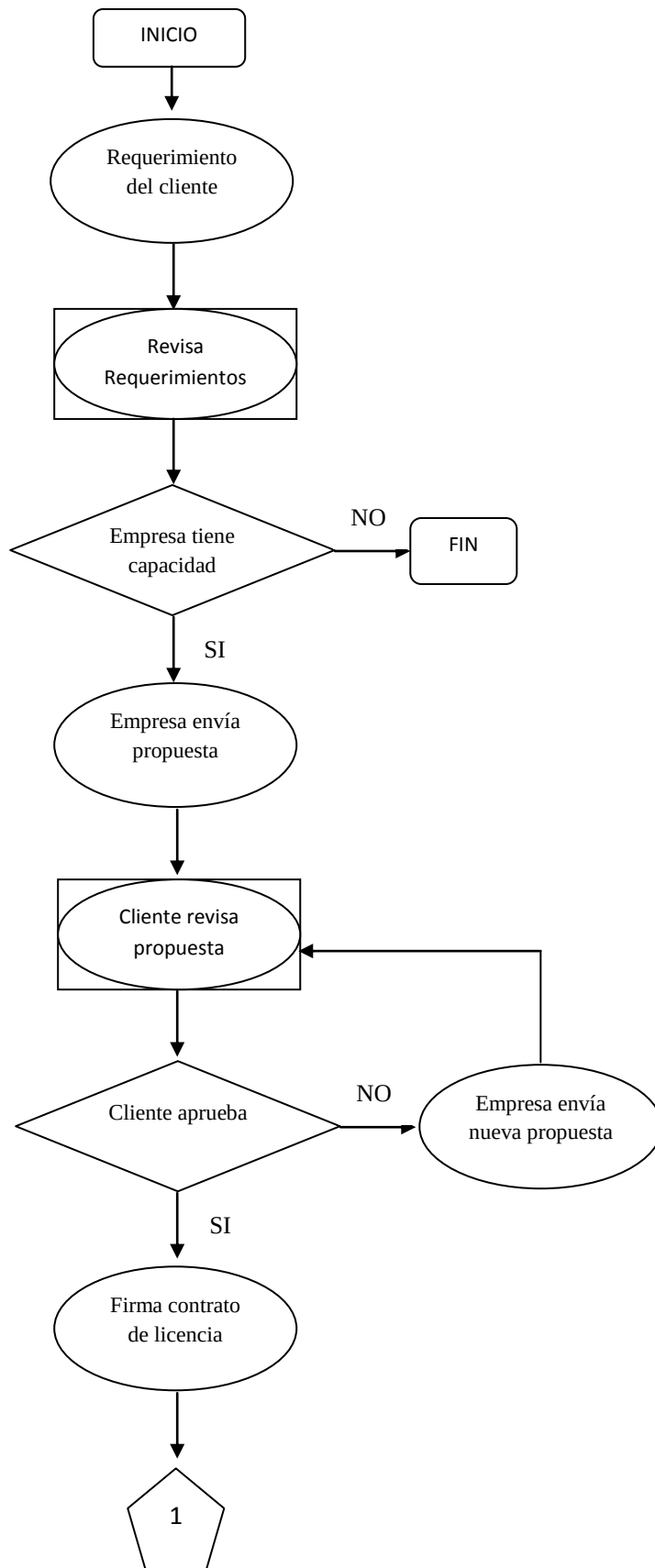
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.			
	PLAN DE CALIDAD			
	INSTALACIÓN / ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA			

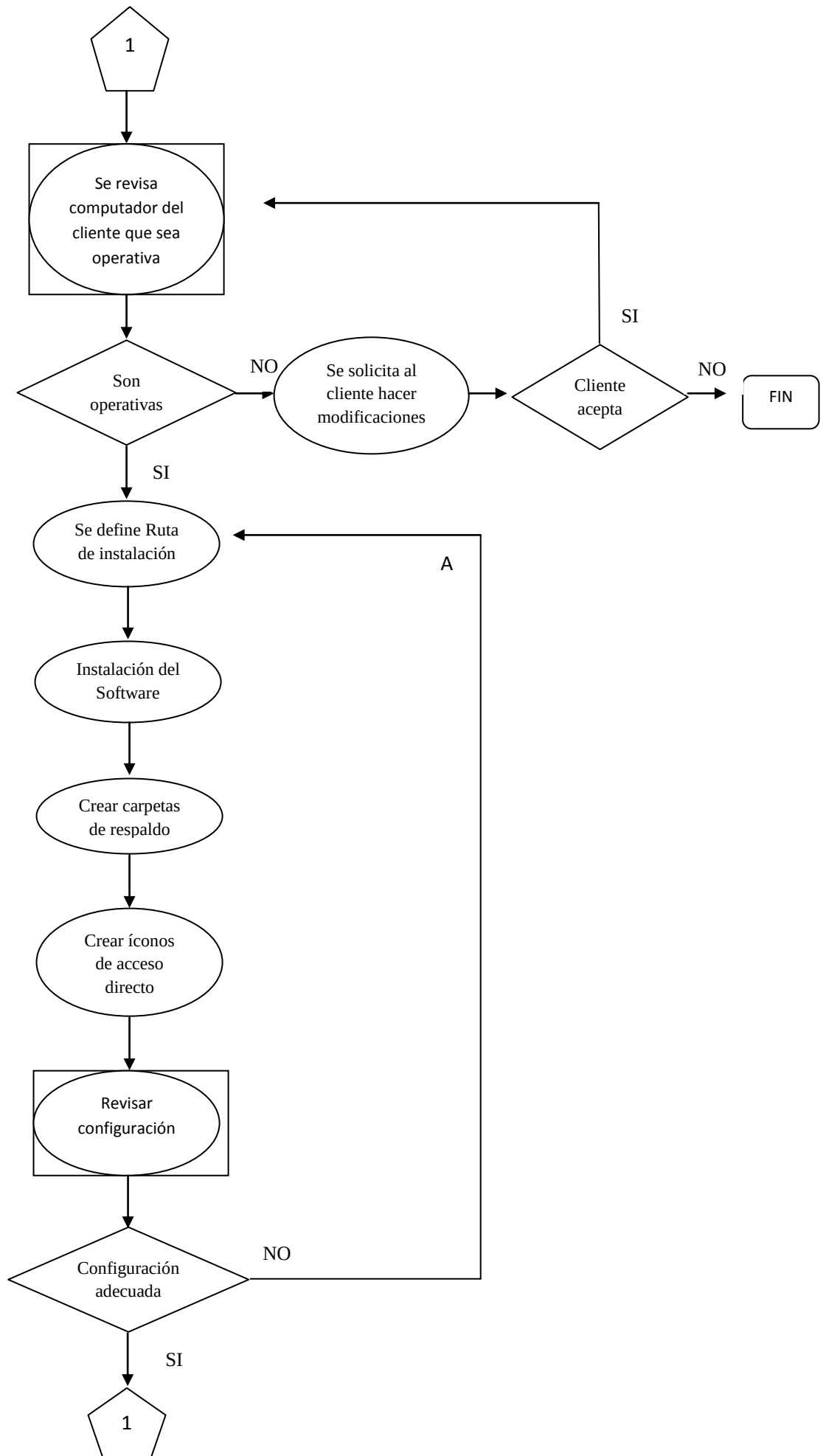
PUNTOS DE CONTROL

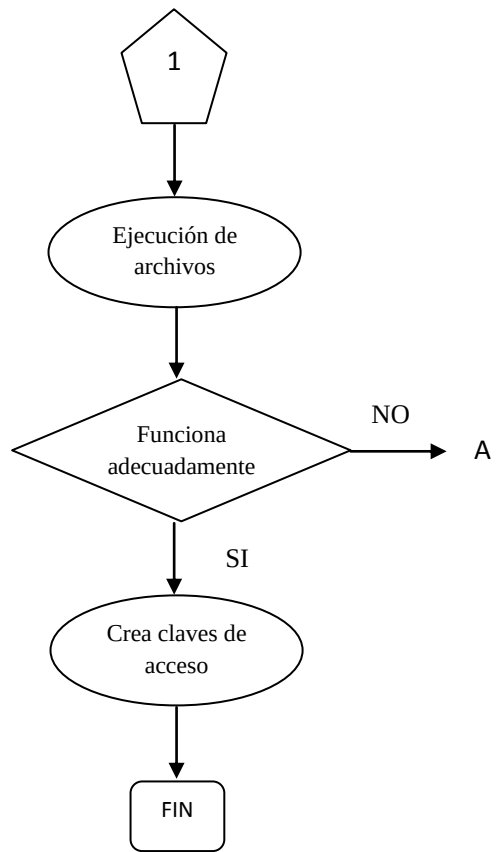
Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Requerimiento por parte del cliente	Especificar número de computadoras a instalar		
2	Envío propuesta de la empresa en la cual consta especificaciones requeridas	Versión de software		
3	Aprobación de la propuesta			
4	Contrato de Licencia de Uso para Usuario Final	Que esté completo (5 hojas)	Cada vez que se va a instalar/actualizar el sistema	
5	Operatividad de los computadores	Que estén completos y que estén en red (si es el caso)	Cada vez que se va a instalar/actualizar el sistema	Computadores a instalar/red (si hubiere)
6	Crear ruta de Instalación	Que corresponda a la especificada por el cliente. Ejemplo: "C"	Cada vez que se va a instalar/actualizar el sistema	Computador donde se instalan los sistemas de ASINFO
7	Instalación del software			
8	Crear carpeta de respaldos	De acuerdo a los sistemas las carpetas para respaldo son: resp_conta; resp_fact; resp_rol; resp_side.	Cada vez que se va a instalar/actualizar el sistema	Computador donde se va a instalar el sistema
9	Crear íconos de acceso directo	Que corresponda a cada archivo ejecutable: SYSCONT, SIDECOM, ROLPAG, BODEGA, RAPIDFACT, ACTIVOS	Cada vez que se crean accesos directos de los sistemas ASINFO	Computador donde se instalan los sistemas de ASINFO
10	Configuración a revisar (CONFIG)	Para usuarios que tienen Windows 98 o mayor Realiza los siguientes pasos: 1. Va a "Inicio" 2. Va a "Todos Los programas" 3. Selecciona disco duro "C:"	Una vez que se han creado los accesos directos a los sistemas de ASINFO	Computador donde se instalan los sistemas de ASINFO
11	Ejecución de los archivos	Que corran sin problemas los ejecutables dentro de la carpeta de cada uno de los sistemas	Cada vez que se instala/actualiza el sistema	Computador donde se está instalando / actualizando el sistema
12	Crea claves de acceso	Cada uno de los computadores que contengan los sistemas de ASINFO tendrán una clave de acceso con permisos específicos.	Cada vez que se va a activar el sistema en un computador	Computadores donde se instala los sistemas

Gráfico N° 48

DESCRIPCION DEL PLAN INSTALACIÓN / ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA







					
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.				
	PLAN DE CALIDAD				
	CARGA DE DATOS EN EL SISTEMA				

OBJETIVO

Transferir datos de empresas anteriores cuando se actualiza el sistema o para corregir posibles errores

ALCANCE

Este plan abarca desde la ejecución de la aplicación para cargar datos hasta la validación del funcionamiento del sistema.

DUEÑO DEL PLAN DE CALIDAD

Técnico de Soporte

POLÍTICAS

(Implícitas dentro de la tabla de “Puntos de Control”)

TERMINOS Y DEFINICIONES GENERALES

No aplica

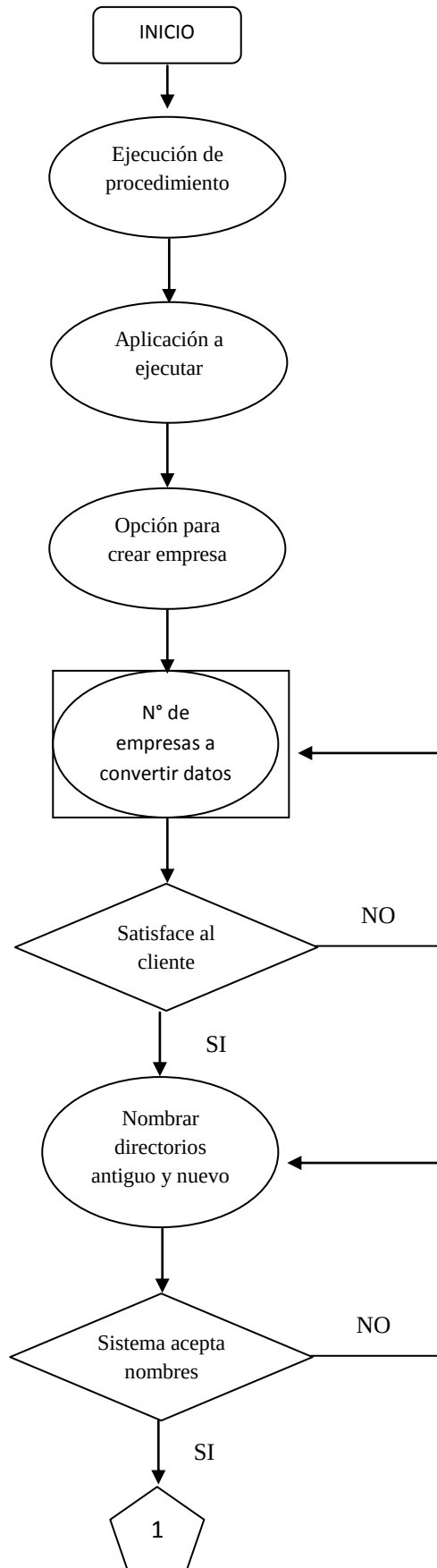
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C. PLAN DE CALIDAD CARGA DE DATOS EN EL SISTEMA
---	---

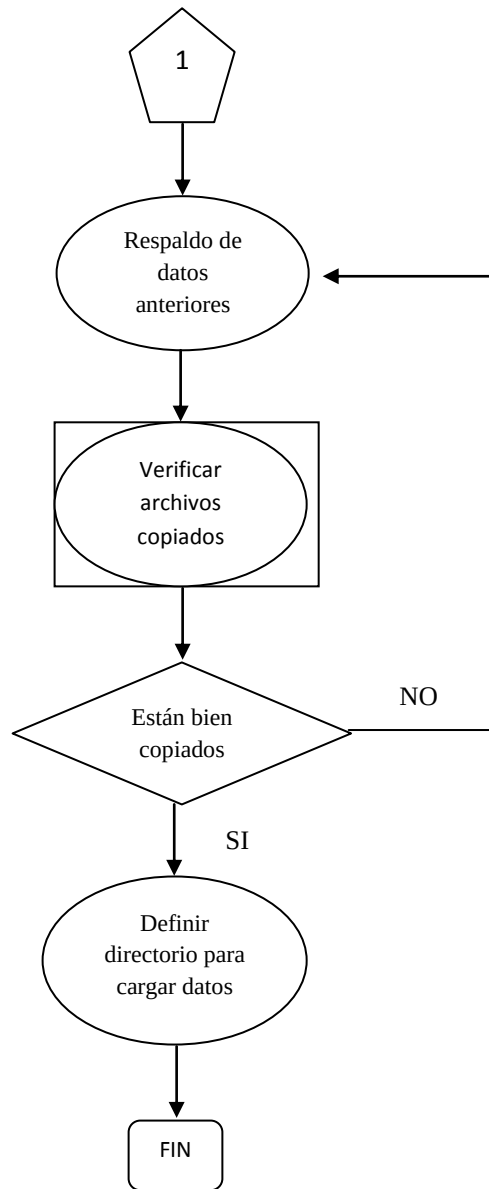
PUNTOS DE CONTROL

Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Ejecución de este procedimiento	Este procedimiento se aplica para la carga de datos en los sistemas de ASINFO.	Cada vez que se va a realizar la carga de datos.	Computador donde se cargarán los datos
2	Aplicación a ejecutar	De acuerdo a los diferentes sistemas de ASINFO existirá un icono de instalación el cual ejecutará los sistemas.	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos
3	Opción para crear empresa	En cada uno de los sistemas de ASINFO existe una opción para crear empresa, debido a que los sistemas son Multiempresa, en todos ellos hay la siguiente opción: Utilitarios-Empresa-Crear empresa	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos
4	Nº de empresas a convertir los datos	De acuerdo al requerido por el cliente	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos
5	Nombrar directorios antiguo y nuevo	Que sean diferentes entre si: Ej.: ASINFO 2008 y ASINFO 2009	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos
6	Respaldo de datos de ASINFO anterior	Se generan respaldos siempre que se abren los sistemas de ASINFO, en el disco C: en la carpeta respaldos	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos
7	Archivos copiados	Que correspondan a los archivos contenidos dentro de la carpeta de la versión anterior.	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos
8	Directorio donde se cargarán los datos	Serán creados en el disco C: en la carpeta correspondiente al periodo actual. Ej.: ASINFO 2009	Cada carga de datos	Computador donde se cargarán los datos

Gráfico N° 49

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE CARGA DE DATOS EN EL SISTEMA







ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.
PLAN DE CALIDAD
VALIDACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA

OBJETIVO

Verifica el correcto funcionamiento del Producto-Software cada vez que se realiza una instalación y/o actualización del mismo.

ALCANCE

Este plan abarca desde la verificación de conectividad de los equipos hasta la emisión de reportes para confirmar el correcto funcionamiento del sistema.

DUEÑO DEL PLAN DE CALIDAD

Técnico de Soporte

POLÍTICAS

(Implícitas dentro de la tabla de “Puntos de Control”)

TERMINOS Y DEFINICIONES GENERALES

No aplica

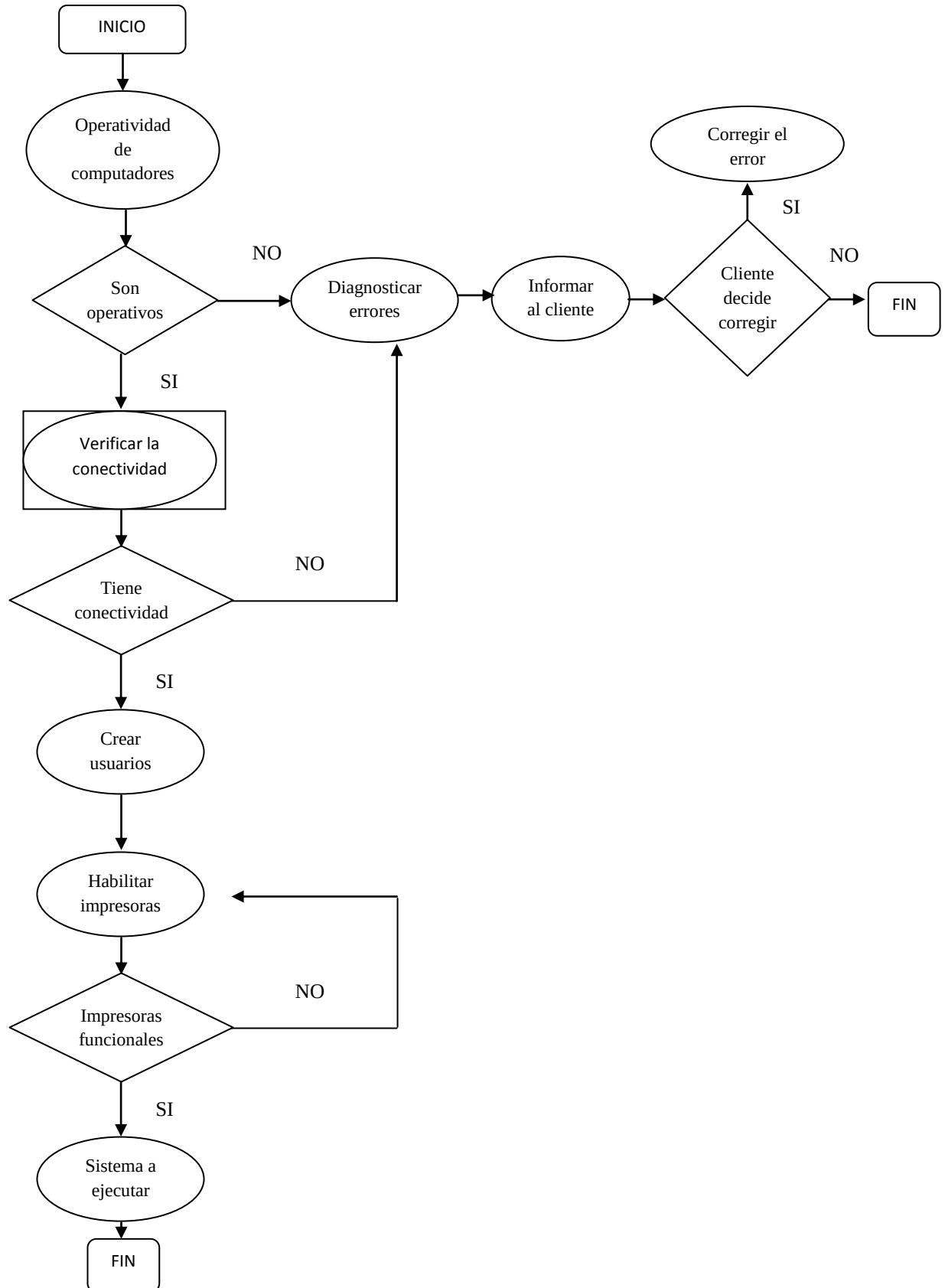
					
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.				
	PLAN DE CALIDAD				
	VALIDACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA				

PUNTOS DE CONTROL

Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Operatividad de los computadores	Que estén completos y que estén en red (si es el caso)	Cada vez que se va a validar el sistema	Computadores con el sistema instalado (versión respectiva)
2	Conectividad de estaciones de trabajo	Que todos los usuarios tengan acceso al sistema	Cada validación del sistema	Computadores con acceso al sistema
3	Usuarios	Que todos los usuarios del sistema estén creados	Cada validación del sistema	Computadores con acceso al sistema
4	Impresoras habilitadas	Que puedan ser seleccionada el momento de emitir un reporte	Cada validación del sistema	Computadores con acceso al sistema
5	Sistema a ejecutar	Que corresponda al que posee el cliente	Cada vez que se va a validar el sistema	Computadores con el sistema instalado (versión respectiva)

Gráfico N° 50

**DESCRIPCION DEL PLAN DE VALIDACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO
DEL SISTEMA**





ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.
PLAN DE CALIDAD
VALIDACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA

OBJETIVO

Complementar el funcionamiento del Producto-Software personalizando los documentos de impresión del cliente.

ALCANCE

Este plan abarca desde la solicitud de los formatos preimpresos al cliente hasta la entrega de los formatos impresos y cuadrados por los Técnicos de ASINFO.

POLITICAS

(Implícitas dentro de la tabla de “Puntos de Control”)

TÉRMINOS Y DEFINICIONES GENERALES

No aplica

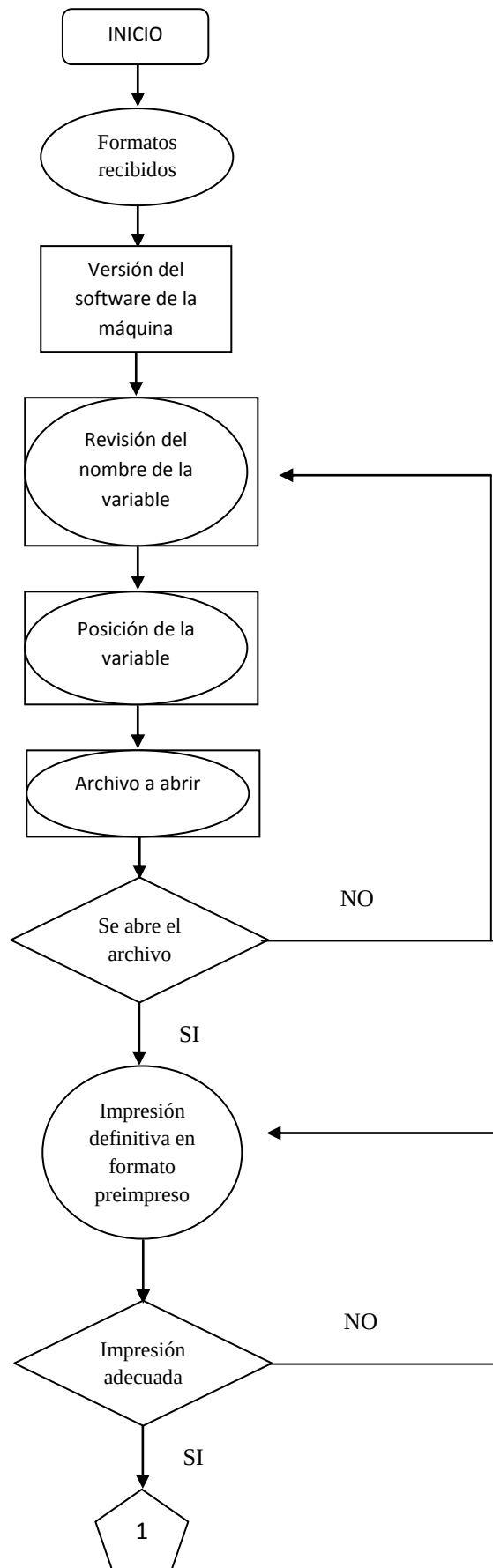
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.			
	PLAN DE CALIDAD			
	VALIDACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA			

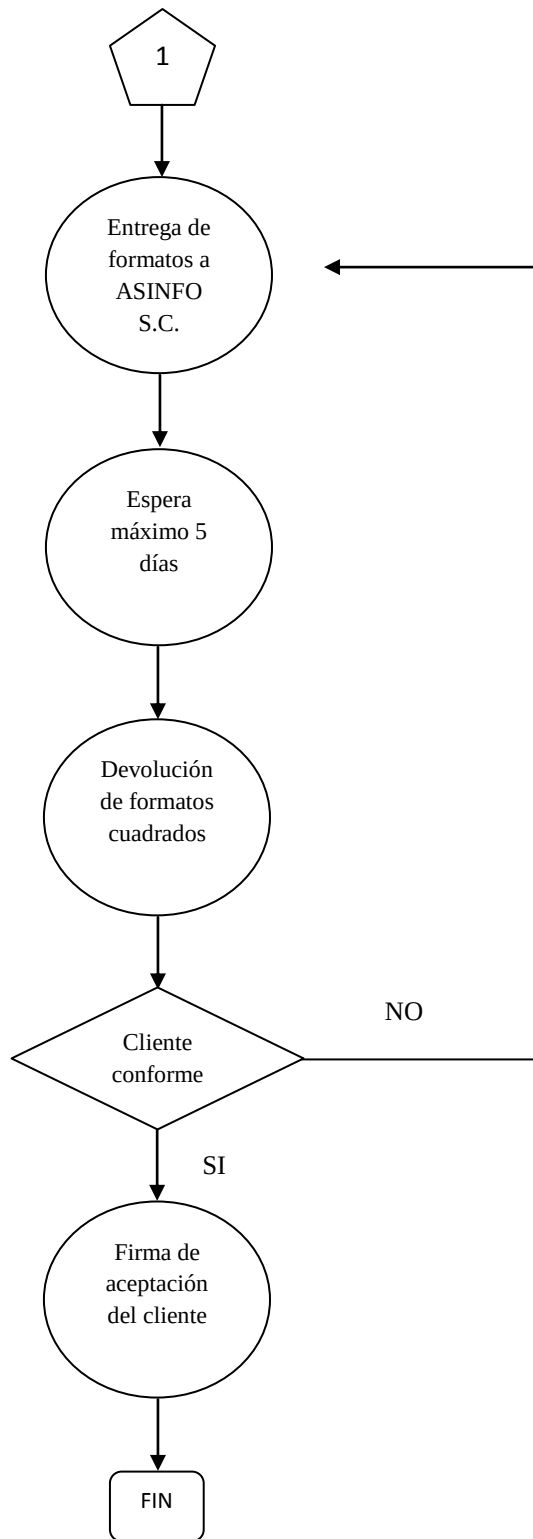
PUNTOS DE CONTROL

Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Formatos recibidos	Que todos estén detallados en la entrega - recepción de formatos	Cada recepción de formatos de cliente para cuadre	
2	Versión de Software instalado en la máquina donde se harán los formatos	Que corresponda a la versión que utiliza el cliente		Computador con los sistemas de ASINFO instalados (versión respectiva)
3	Nombre de la variable	Que corresponda a la variable del campo requerido en el formato		Computador con los sistemas de ASINFO instalados (versión respectiva)
4	Posición de la variable	Que corresponda a la ubicación exacta del campo en el formato físico (preimpreso).		
5	Archivo a abrir	Dentro de todos los sistemas de ASINFO en la opción: Utilitarios-Formatos	Cada vez que se va a hacer el cuadre de un formato específico	Computador con sistemas instalados
6	Impresión definitiva en formato preimpreso	Que cuadre con el formato preimpreso del cliente	Cada vez que se va a probar el cuadre de la impresión del formato diseñado	Computador con sistemas instalados
7	Entrega de formatos del cliente	Máximo 5 días luego de que el cliente haya entregado los formatos (preimpresos) al técnico para su diseño y cuadre.		Formatos preimpresos del cliente
8	Formatos preimpresos devueltos al cliente	Que correspondan a los detallados en el registro de entrega (recepción de formatos y que estén completos)		
9	Firma de aceptación del cliente	Que conste claramente con el sello de la empresa la aceptación del cliente y la conformidad del mismo		

Gráfico N° 51

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE VALIDACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA





SOPORTE TÉCNICO



ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C. **PLAN DE CALIDAD** **SOPORTE TÉCNICO TELEFONICO**

OBJETIVO

Brindar ayuda a los clientes de ASINFO Asesores Informáticos S.C., vía telefónica, en lo relacionado a problemas puntuales de software.

ALCANCE

El plan abarca la recepción de la llamada por parte del cliente de ASINFO S.C., hasta el registro del resultado de la conversación en el “Historial de Soporte Telefónico”.

DUEÑO DEL PLAN DE CALIDAD

Técnico de Soporte Telefónico

POLÍTICAS

Es obligación del Jefe del Departamento Técnico revisar la vigencia del contrato de actualización anual, semestral, trimestral o mensual según el caso, así como el estado de cuenta del cliente para poder proceder a brindar el servicio.

El tiempo límite de Atención en Soporte Técnico Telefónico será de 10 a 15 minutos por cliente, si se excede este tiempo es necesario agendar un soporte técnico presencial.

TERMINOS Y DEFINICIONES GENERALES

Problemas frecuentes: Registro en el cual están detallados los problemas más frecuentes de los sistemas de ASINFO y sus posibles soluciones inmediatas.

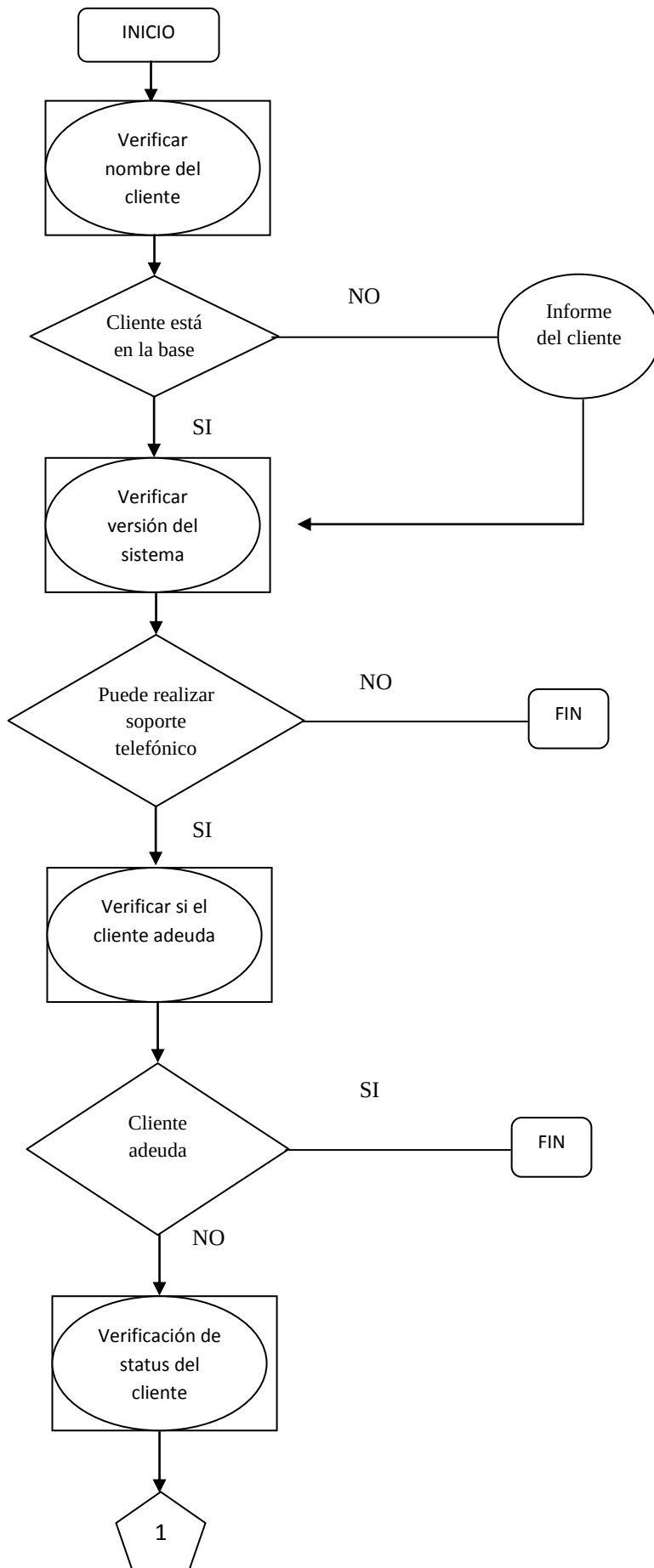
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.			
	PLAN DE CALIDAD			
	SOPORTE TÉCNICO TELEFONICO			

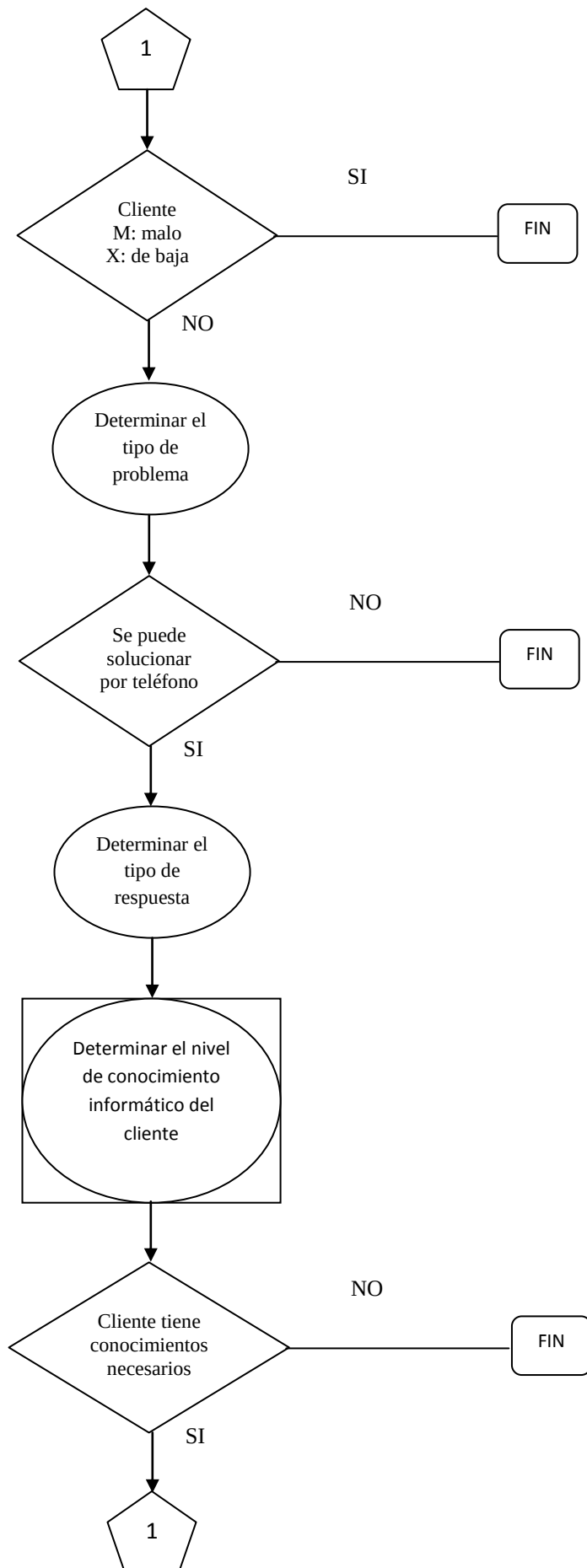
PUNTOS DE CONTROL

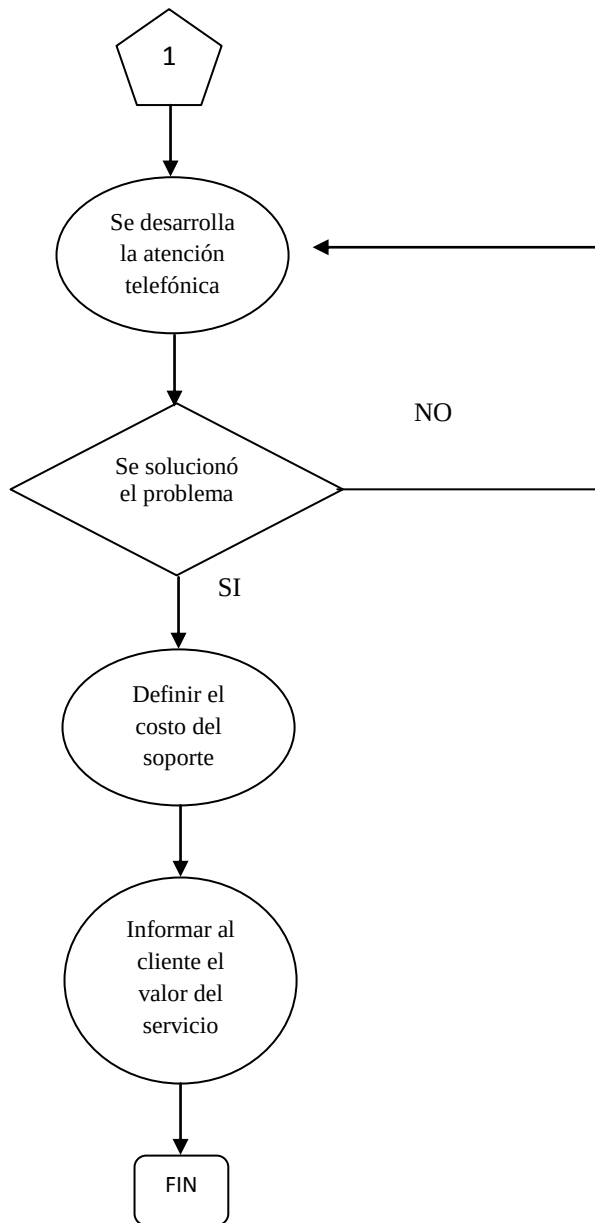
Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Nombre del cliente	Que conste en la base de datos de clientes	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico.	Computador con acceso a base de datos de clientes
2	Información del cliente	Nombre de la empresa Nombre del cliente (contacto) Teléfono	Cada recepción de llamada para soporte de un cliente no registrado	
3	Versión del sistema que utiliza el cliente	Que corresponda a las versiones actuales sobre las que se pueda dar soporte técnico telefónico.	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico	Computador con base de datos de clientes
4	Tiempo transcurrido a partir de la emisión de la factura (aplica si adeuda algún valor)	Que no sea superior a 60 días y que el valor adeudado por el cliente no supere \$200,00	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico de un cliente que adeuda algún valor a ASINFO S.C.	Computador con base de datos de pagos de clientes
5	Estado del cliente ("ESTATUS" dentro de la base de datos de clientes)	Que no sea igual a "M" (Malo) ni "X" (De baja).	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico de un cliente que adeuda algún valor a ASINFO	Computador con base de datos de pagos de clientes
6	Tipo de problema	Que conste en el registro "Problemas Frecuentes" o que pueda ser solucionado por técnico de soporte técnico	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico	
7	Tipo de respuesta	Que soluciones los problemas o requerimientos del cliente	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico	
8	Nivel de conocimientos del cliente solicitante (manejo del sistema, habilidades en informática)	Que sean los adecuados para poder seguir las instrucciones que se le den para la solución del problema	Cada recepción de llamada para soporte técnico telefónico	
9	Tiempo de atención telefónica	De 10 a 15 minutos		Teléfono
10	Costo de la visita de soporte técnico	De acuerdo a la lista vigente de precios	Cada vez que el cliente requiera visita de soporte técnico	

Gráfico N° 52

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE SOPORTE TÉCNICO TELEFONICO







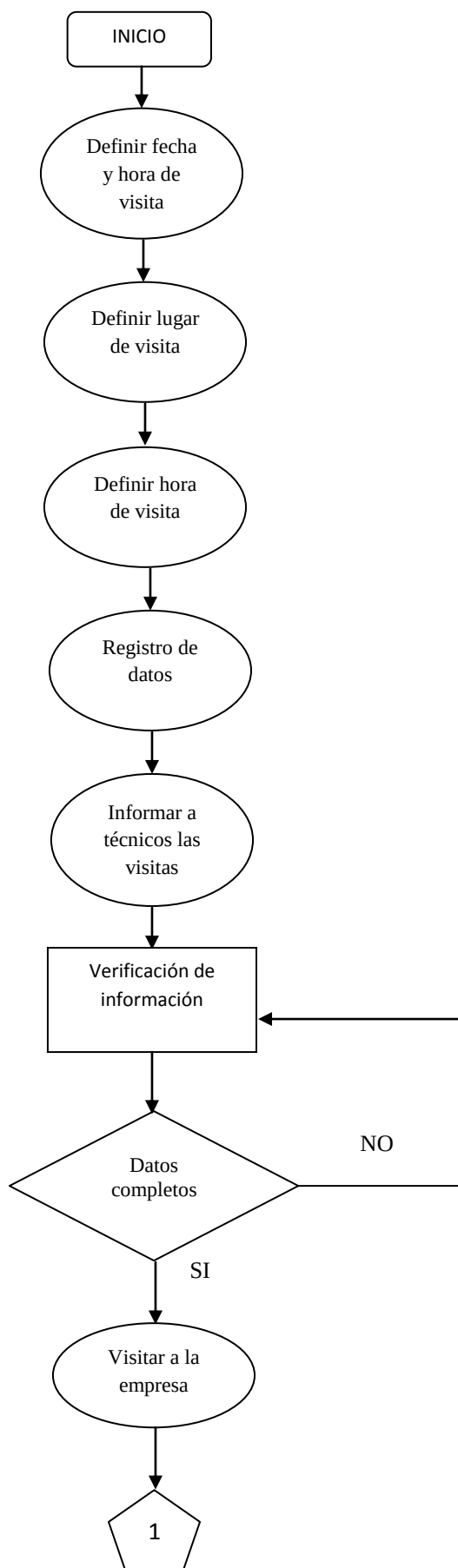
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.			
	PLAN DE CALIDAD			
	SOPORTE VISITAS TÉCNICAS			

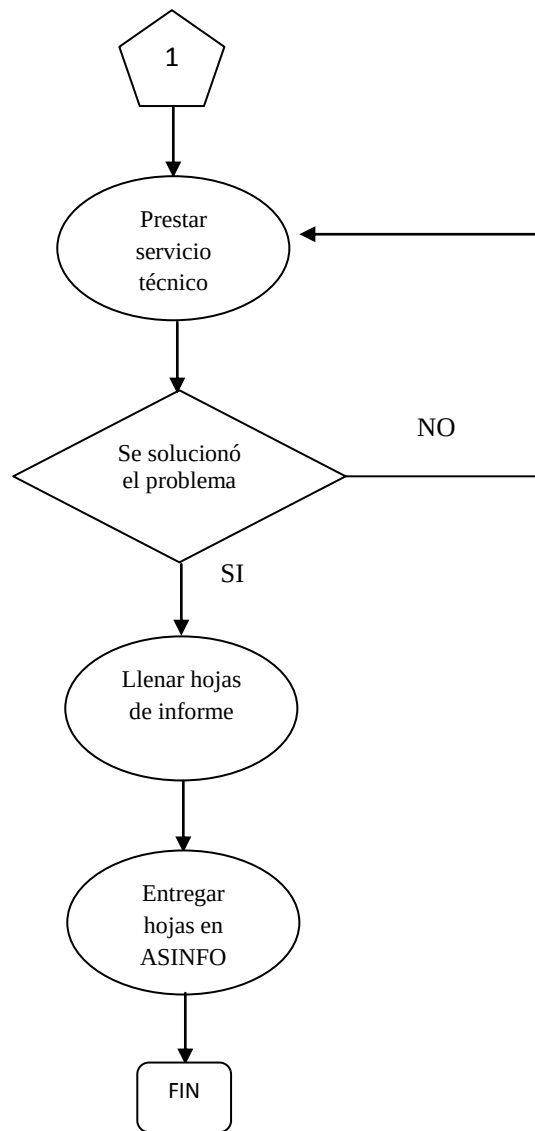
PUNTOS DE CONTROL

Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Definir fecha y hora en que se realizará la visita	Que exista disponibilidad de por lo menos dos horas seguidas por el técnico a cargo.	Cada programación de visita de soporte técnico	
2	Lugar de visita	Si es en un lugar lejano a la oficina, se agenda a partir de las 13:00	Cada programación de visita de soporte técnico	
3	Horario de visitas técnicas	Las horas ideales para fijar las visitas son: De 13:00 a 18:00	Cada programación de visita de soporte técnico	
4	Responsable de registrar agenda	Será únicamente el Jefe del Departamento Técnico	Cada programación de visita de soporte técnico	
5	Cliente requiere visita			
6	Aviso de citas a técnicos de soporte	Se realizará vía telefónica si el técnico de soporte ya ha salido de la empresa, caso contrario será comunicado en la oficina en horas de la mañana.	Cada programación de visita de soporte técnico	
7	Revisión de la ubicación del cliente	Cada que se genere una visita presencial revisar ubicación de la empresa.	Cuando el técnico de soporte telefónico identifica que el cliente necesita visita presencial.	
8	Visitar a la empresa	Cada que se genere una visita presencial revisar ubicación de la empresa.	Cuando el técnico de soporte telefónico identifica que el cliente necesita visita presencial.	
9	Prestar servicio Técnico	Cada que se genere una visita presencial		
10	Llenar hojas de informe técnico	Cada que se genere una visita presencial		
11	Entregar hojas de informe técnico en ASINFO	Cada que se genere una visita presencial		

Gráfico N° 53

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE SOPORTE VISITAS TÉCNICAS







ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C.
PLAN DE CALIDAD
SOPORTE TÉCNICO REMOTO

OBJETIVO

Brindar ayuda efectiva a los clientes de ASINFO S.C., vía Internet, en lo relacionado a problemas puntuales del software.

ALCANCE

El plan abarca la recepción de la solicitud de acceso remoto por parte del cliente de ASINFO S.C. hasta el registro del resultado del Soporte Técnico en las hojas de informe técnico.

DUEÑO DE PROCEDIMIENTO

Técnico de Soporte Remoto

POLÍTICAS

- Es obligación del Técnico de Soporte Remoto conocer la vigencia de la Póliza de actualización anual así como el estado de cuenta para proceder a brindar el servicio.
- El Técnico de soporte remoto deberá dedicarse solamente a esa tarea en ese momento, es decir, no puede hacer Soporte telefónico a la vez.
- Se atenderá a los clientes según el orden de entrada de la solicitud de soporte Técnico Remoto.
- El tiempo de atención en Soporte Técnico Remoto será de 10 a 20 minutos máximo.
- Para clientes que no se encuentren dentro del perímetro de la ciudad de Quito y que no disponen de soporte Presencial seguido se les atenderá máximo 30 minutos.

TERMINOS Y DEFINICIONES GENERALES

Problemas frecuentes: Registro en el cual están detallados los problemas más frecuentes de los sistemas de ASINFO y sus posibles soluciones inmediatas.

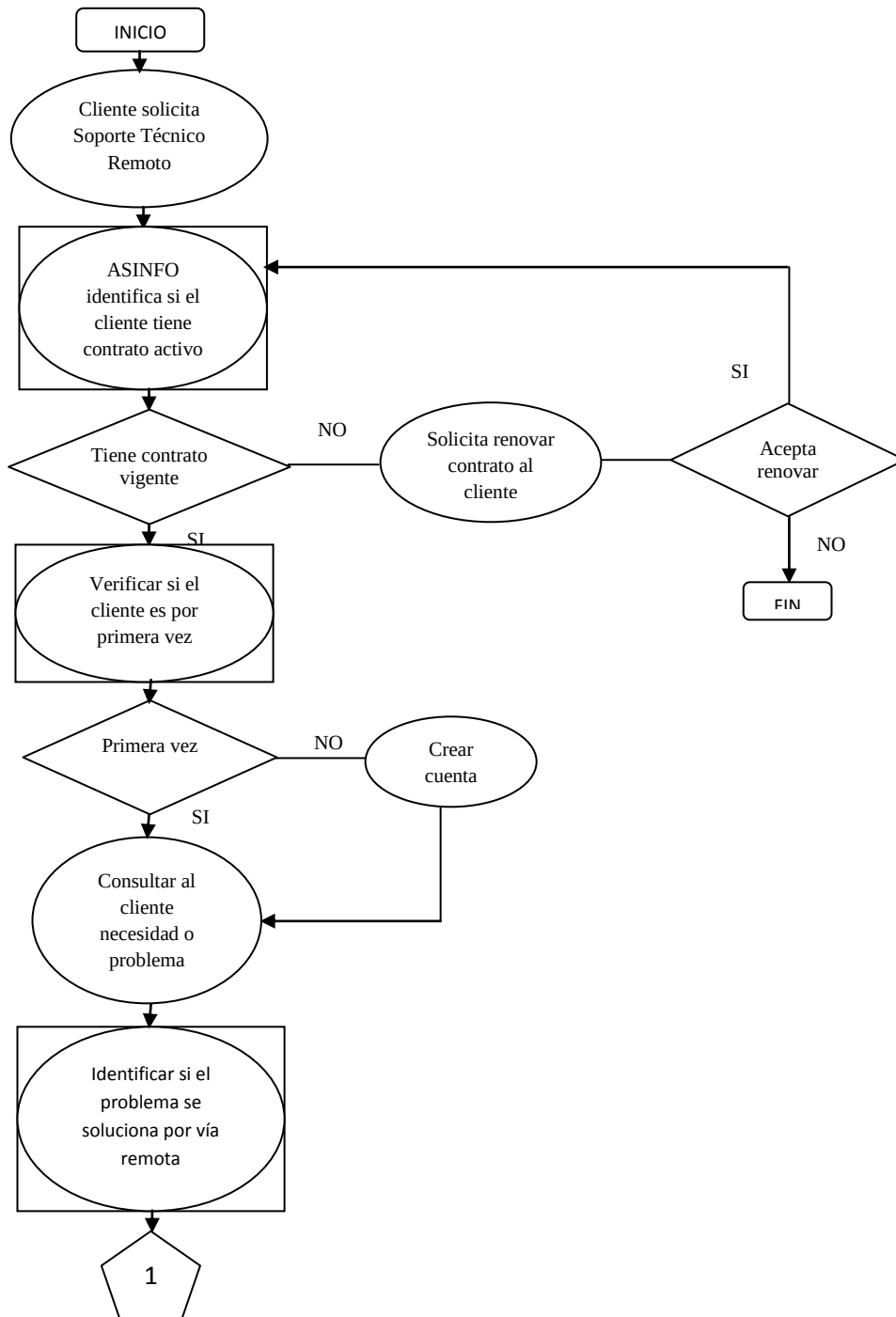
	ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S. C. PLAN DE CALIDAD SOPORTE TÉCNICO REMOTO
---	--

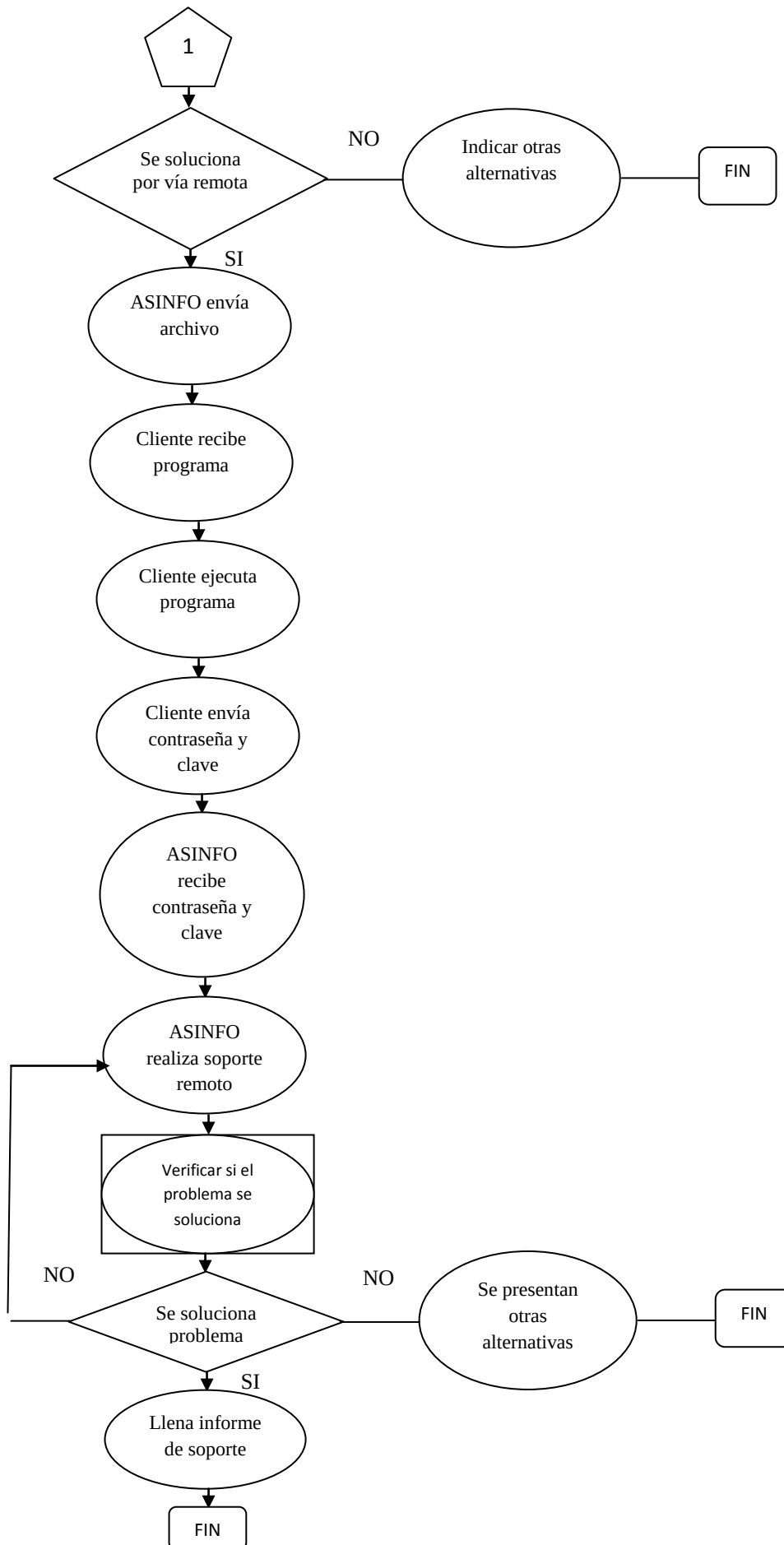
PUNTOS DE CONTROL

Nº	VARIABLE O ATRIBUTO	ESPECIFICACIÓN O RANGO	FRECUENCIA	EQUIPOS O MATERIALES
1	Cliente solicita soporte Técnico Remoto		Cada que se genere una petición de soporte remoto	
2	ASINFO identifica si el cliente tiene su contrato vigente, en caso de no ser así se le solicita que renueve el contrato	Se solicita al Jefe del Departamento Técnico la verificación de los contratos vigentes	Cada que se genere una petición de soporte remoto	
3	La empresa identifica se el cliente va a recibir por primera vez el soporte Técnico Remoto	Se solicita al Jefe del Departamento Técnico la verificación de los contratos vigentes	Cada que se genere una petición de soporte remoto	
4	Si no tiene cuenta el cliente se le crea una.	Se solicita al Jefe del Departamento Técnico negociar el contrato de mantenimiento	Cada que se genere una petición de soporte remoto	
5	Si el cliente tiene cuenta se consulta al cliente sobre su necesidad o problema		Cada que se genere una petición de soporte remoto	
6	Se identifica si el problema puede solucionarse vía soporte remoto.	El técnico analiza la orden de soporte e identifica si el problema se soluciona vía acceso remoto.	Cada que se genere una petición de soporte remoto	
7	En caso de no poder ser solucionado se comunica al cliente las razones y se sugiere alternativas.	El técnico sugiere alternativas y traslada la orden al Jefe del Departamento técnico para proceder con el cambio en la solución de la orden	Cada que se genere una petición de soporte remoto	
8	ASINFO envía archivo de acceso remoto al cliente		Cada que se genere una petición de soporte remoto	Internet
9	El cliente recibe el programa			Internet
10	El cliente ejecuta el programa en el escritorio			Internet
11	El cliente envía contraseña y clave del programa que ejecuta			Internet
12	ASINFO recibe la contraseña y la clave			Internet
13	ASINFO procede a realizar el soporte remoto en la máquina del cliente	El técnico de Soporte procede con la solución del problema manipulando la máquina del cliente	El cliente no puede hacer uso de máquina mientras el técnico la manipule	Internet
14	Verificar si el problema está solucionado			
15	ASINFO llena informe de Soporte técnico Remoto			

Gráfico N° 54

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE SOPORTE TÉCNICO REMOTO





➤ **CRONOGRAMA**

1 mes

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 51

Costo de aplicación para diseñar el manual de procedimientos y flujogramas

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
1	Diseñar el manual de procedimientos y sus respectivos flujogramas	0,00	0,00
		TOTAL	0,00

NOTA: El costo de esta estrategia ya está tomado en cuenta en la estrategia 1.1

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ **INDICADORES**

Manual de procedimientos y sus respectivos flujogramas elaborados.

4.4 OBJETIVO ESTRATEGICO 3

Diseñar la mezcla de marketing adecuada para que la empresa pueda lograr posicionamiento en el mercado.

4.4.1 ESTRATEGIA 3.1

Definir la Plaza para la empresa ASINFO.

4.4.1.1 PLAN OPERATIVO 3.1

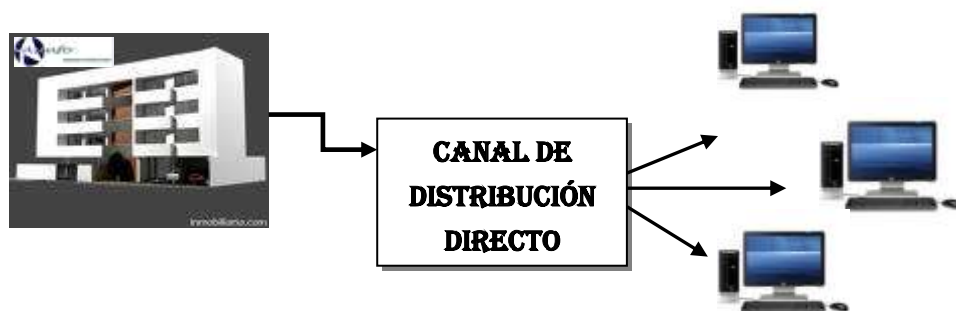
PLAZA

El servicio de software administrativo – financiero de la empresa ASINFO S.C., se prestará en la ciudad de Quito, sin embargo y considerando que tiene clientes fuera de la ciudad, también se lo prestará en estas localidades de acuerdo a los requerimientos de los mismos, pudiendo mencionarse las siguientes: sectores aledaños como en el caso de Machachi y Cayambe, Ambato, Guayaquil y Cuenca.

ASINFO al ofrecer un servicio de software administrativo – financiero se ve en la obligación de mantener contacto frecuente y directo con sus clientes, debido a que mantendría un mejor control de los sistemas que provee y conocería más a fondo las necesidades y requerimientos que tienen con respecto a los sistemas informáticos.

Por tratarse de un servicio, ASINFO utilizará solamente el canal de distribución directo, debido a que se debe cumplir una de las características básicas como es la inseparabilidad, es decir que al momento de la prestación del servicio deben estar presentes tanto oferente como demandante; cabe aclarar que el mismo se acoplará a los procesos descritos en este mismo capítulo.

El canal de distribución propuesto no requiere de intermediarios puesto que la empresa cuenta con un equipo de ventas que facilitan este proceso, lo que hace innecesario la búsqueda de personas externas a la organización.



➤ CRONOGRAMA

1 semana

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 52

Costo de aplicación para la planificación de la plaza

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
1	Planificación de la plaza	100,00	100,00
		TOTAL	100,00

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Ventas y Marketing

➤ **INDICADORES**

Determinación de la plaza definida.

4.4.2 ESTRATEGIA 3.2

Definir los precios para los diferentes módulos y servicios de la empresa ASINFO.

4.4.2.1 PLAN OPERATIVO 3.2

PRECIO

Para el caso particular de la empresa ASINFO, la definición de los precios se basará en la elección de la mejor estrategia para una empresa de servicios, la misma que en esta ocasión propenderá a una orientación basada en la competencia y en la demanda. Por esta razón se aplicarán los siguientes:

■ **Precios orientados al mercado**

Competitivos: Aceptando la tasa actual, manteniendo o aumentando la participación en el mercado mediante una estrategia acorde con los principales competidores.

Orientados al cliente: Precios establecidos en relación con las actitudes y comportamiento de los clientes. La calidad y los costos se pueden variar para permanecer en armonía con los valores del producto.

Después de determinar el precio, se pueden emplear diversas técnicas, las cuales dependerán de la clase de servicio implícito, el mercado objetivo y las condiciones generales que en ese momento predominan en el mercado, que permitirán obtener de una manera más rápida la atención del cliente; entre las cuales se tienen:

- **Precios Discrecionales:** Consiste en la práctica de cobrar precios diferentes de acuerdo con la voluntad de pagar de los clientes. La capacidad de utilizar tácticas de precios diferenciales depende de que un mercado sea susceptible de segmentación sobre la base de un precio, baja posibilidad de reventa o reasignación de un servicio a otro y mínimo resentimiento del cliente hacia la práctica.

La empresa ASINFO define precios diferentes dependiendo del tamaño de la empresa que requiera los módulos o servicios adicionales que presta la organización, cabe mencionar que en este caso se trata de un mismo servicio homogéneo.

- **Precios con Descuento:** Su finalidad es constituir una recompensa por los servicios realizados que permitan que haya producción y consumo.

Para el caso de la empresa en mención, se determina un porcentaje de descuento al precio en relación al nivel de consumo de cada uno de sus clientes, proporcionando un beneficio de 5% ó 10%.

➤ **CRONOGRAMA**

1 semana y en el momento en que se requiera actualizar o modificar los precios.

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 53

Costo de aplicación para la definición de precios

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
1	Definición de precios	0,00	0,00
		TOTAL	0,00

NOTA: El costo de esta estrategia ya está tomado en cuenta en la planificación de la plaza, estrategia 3,1

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Ventas y Marketing

➤ **INDICADORES**

Precios de los módulos y servicios de la empresa ASINFO definidos.

4.4.3 ESTRATEGIA 3.3

Determinar los componentes efectivos de la promoción para la empresa ASINFO

4.4.3.1 PLAN OPERATIVO 3.3

PROMOCION

La promoción es relacionada directamente con la comunicación, puesto que persigue difundir un mensaje claro y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado como contraparte.

Entre los objetivos principales de la comunicación se pueden determinar los siguientes:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La promoción comprende cuatro componentes que deben ser tomados en cuenta puesto que su clara definición generará para la empresa un mensaje efectivo, el mismo que tendrá un impacto positivo en el target que se pretende atender. Los componentes antes enunciados son los siguientes:

- Publicidad
- Promoción de Ventas
- Ventas Personales
- Relaciones Públicas

4.4.4 ESTRATEGIA 3.3.1

Estructurar las herramientas que se aplicarán para lograr una campaña publicitaria óptima.

4.4.4.1 PLAN OPERATIVO 3.3.1

Publicidad

Consiste en emitir mensajes ya sean informativos, recordatorios o persuasivos a través de la utilización de medios de comunicación pagados. En este sentido se ha desarrollado las siguientes estrategias:

- Diseño de página Web

Se contratará a una empresa especializada en el diseño de páginas Web, la misma que deberá recibir el Brief para que la misma sea definida. Entre los aspectos más importantes que se deberán tomar en cuenta son los siguientes:

-  Módulos que se venderán
-  Servicios Adicionales
-  Links para recibir información (Ordenes de Soporte, Sugerencias)

-  Demos
-  Información de contacto
-  Correos para todos los integrantes de la empresa
-  Información sobre la empresa
-  Descargas de programas gratuitos
-  Links para cotización del servicio ofertado por la empresa
- Hojas Volantes y Dípticos

Mediante la contratación de los servicios de una imprenta, se solicitará la impresión de mil hojas volantes y mil dípticos cada trimestre, las hojas volantes tendrán una medida de un cuarto de hoja formato A4.

Las hojas volantes y dípticos serán repartidas en ferias de exposición, en capacitaciones realizadas en diferentes centros como es el caso de la Cámara de Comercio de Quito (CCQ), Junta de Defensa del Artesano, Cámara de Pequeños Industriales de Pichincha, locales de centros comerciales, entre otras. Para este efecto se procederá a la contratación de una persona por horas.



SISTEMAS Y CONTROL INMOBILIARIO

Dir: Borgeois N34 - 507 y
Av. República sector UTE.

02 2245107
02 2446002
084452119

  gerenciacomercial@asinfo.com.ec

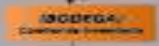
-  **GESTIÓN DE VENTAS**
Inventario, Facturación, CxC, CxP, Estadísticas, Gráficos, Código de Barras.
-  **CONTABILIDAD**
Costos, Tesorería, Retenciones, Estados Financieros, Presupuestos.
-  **NOMINA**
Roles, IESS vía Internet, Contratos.
-  **ACTIVOS FIJOS**
SISTEMAS FLORICOLAS
Control de Producción, Cuarto Frio, Procesos de Comercialización.
SISTEMAS GANADEROS
Manejo de Hatos Lecheros y Carne.

GENERAMOS EL .XML PARA EL S.R.I

MÓDULOS FLORECIAS


(SIPRO)
 Producción


(SISECOM)
 Comercio Exterior


(SIBODGA)
 Comercio de Inversión


 CUENTA SIPRO
CLERICAL


(SISCONTI)
 Contabilidad


 CUENTA POR
CONTAR


(MOLPAG)
 Nómina de Pagos


(SISREC)
 Recaudación


(ROLMAG)
 Nómina de Pagos

MÓDULOS ADMINISTRATIVOS - FINANCIEROS



Ing. Santiago Morales C. M. Sc.
GERENTE GENERAL

 (593) 2 245107 (593) 2 446002 084452119

 gerenciacomercial@asinfo.com.ec

Dirección: Borgeols N34-507 y República
Quito - Ecuador



Asinfo
Asesores
Informáticos



ASINFO ASESORES INFORMATICOS S. C.

VISIÓN

Se especializa en el desarrollo de sistemas informáticos integrados. Los productos diseñados por técnicos e investigadores del más alto nivel profesional con el fin de brindar asesoría informática y proveer soluciones de software totalmente dinámico y flexible basado en tecnología de punta para un mercado altamente competitivo y exigente.



VISIÓN

ASINFO S.C. será una empresa reconocida en Asesoría Informática en el país, proyectando una imagen corporativa de excelencia en el mercado consultando y solucionando de manera integral todas las necesidades de tecnología de información de sus clientes; para esto utilizará herramientas de última generación, además de brindar el software más sofisticado capaz de responder a las altas exigencias del mercado.

DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

ASINFO Asesores Informáticos S.C. se constituyó el 10 de Abril del 2003 está conformado por 3 accionistas los mismos que tienen aportes iguales de \$ 300.00 dólares de Estados Unidos de Norteamérica, es una empresa familiar y tiene como finalidad diseñar, crear y vender software administrativos-financieros para uso exclusivo de empresas comerciales, financieras y ganaderas, por lo general los sistemas son diseñados y creados de acuerdo a las necesidades de cada cliente y a las exigencias de los mismos, se manejan mediante soporte técnico vía telefónica, Internet, acceso remoto y visitas técnicas, la experiencia y ética profesional de los miembros de la entidad garantizan el trabajo que se desarrolla.

Los módulos administrativos-financieros son de gran utilidad y comprenden los siguientes:
 Contabilidad (SYSCONT), Facturación (RAPIDFACT), Comercialización (SISECOM), Bodega (SIPRO), SRI (VIA SRI), Nómina de Pagos (ROLMAG), Recaudación (SISREC), Activos (INVFLOR) y Ganadero (GANASI).

ASINFO tiene como finalidad facilitar las actividades diarias que se realizan en las diferentes organizaciones y tratar de simplificar el trabajo a las personas que lo manejan, a su vez se podría mencionar que los sistemas informáticos brindan mayor seguridad, confiabilidad y puede ser operado por una sola persona por lo que la empresa no tendría que contratar gran cantidad de personal para una área específica.

La Organización en sí le ha ayudado a cumplir los objetivos empresariales de más de 20 empresas en el país y se ha encargado de dar el soporte tecnológico en el área informática.

El beneficio principal se enfoca hacia la optimización del tiempo empleado por el recurso humano en el desarrollo de sus tareas, en la prestación del trabajo realizado, razón por la cual la empresa, al mantener la información en Base de Datos, la manipulación de los mismos por parte del personal revierte un esfuerzo mínimo con relación al trabajo manual y de este manera aprovechar de mejor forma al personal en trabajos de tipo analítico antes que rutinario.

- Material POP

Es todo aquel artículo promocional que un cliente puede retener y que sirve para que la publicidad se vuelva permanente. Se entregará a los clientes potenciales o reales esferográficos, relojes y jarras térmicas cada uno de ellos con el logotipo de la empresa.



- E-mailing

Para este efecto se utilizará la base de datos con la que cuenta la empresa en la que constan los clientes actuales y los posibles clientes que aún no adquieren este servicio o que lo hacen a la competencia.

La operatividad de esta herramienta se fundamentará en el envío de un correo cada dos meses a todos los integrantes de la base de datos y/o cuando la ocasión lo requiera como es el caso de productos o servicios nuevos, innovación de los mismos, actualizaciones o recomendaciones para los clientes.



02-2245107/02-2446002/08445211

Asinfo
ASESORES INFORMATICOS

Dirección: Borgeois N34-507 y Av. República Sector UTE
Teléfono: 02-2245107/02-2446002/084452119
MAIL: gerenciacomercial@asinfo.com.ec

CONTABILIDAD

GESTION DE VENTAS

- Inventario
- Facturación: Cuentas por Cobrar
- Compras: Cuentas por Pagar
- Informes Gráficos




- Movimiento Diario
- Tesorería
- Conciliación Banco
- Estados Financieros



NOMINA DE PAGOS

- Empleados
- Rol individual y global
- Pagos por Internet

INCORPORACIÓN NIIF

FORTALEZAS

Soporte Técnico profesional:

- En sitio
- Remoto

REPORTES GERENCIALES

PREPÁRESE AL 2010

INSTALAMOS DEMOSTRATIVOS "SIN NINGÚN COSTO"

- **Telemercadeo**

Esta será una herramienta de refuerzo para el e-mailing, puesto que utilizará la misma base de datos para realizar llamadas telefónicas tanto informativas como de post venta. Esta se la aplicará cada dos meses en su frecuencia alternando con las fechas de envío del e-mailing, es decir en los meses de febrero, abril, junio, agosto, octubre y diciembre.

➤ **CRONOGRAMA**

Diseño de Página Web	1 mes
Hojas Volantes y Dípticos	Trimestral
Esferográficos	Por eventos realizados (4)
Jarras Térmicas	Diciembre
Relojes	Diciembre
E-mailing	Enero, Marzo, Mayo, Julio, Septiembre, Noviembre
Telemercadeo	Febrero, Abril, Junio, Agosto, Octubre, Diciembre

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 54

Costo de aplicación para el proceso de publicidad

Cantidad	Detalle	V/Unitario	Frec	V/Total
1	Diseño de página Web (incluye actualizaciones)	800,00	1	800,00
1000	Dípticos	0,13	4	130,00
1000	Hojas volantes	0,08	4	80,00
	Material POP			
150	Esferográficos	0,80	3	120,00
100	Jarras térmicas	11,00	1	1.100,00
100	Relojes	10,00	1	1.000,00
1	E-mailing	0,00	6	0,00
500	Telemercadeo (2min x llamada)	0,011	6	31,36
TOTAL				3.261,36

FUENTE: Investigación de Mercado
ELABORADO POR: Autora de tesis

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Ventas y Marketing

➤ INDICADORES

HERRAMIENTA	INDICADORES
Diseño de Página	Página web diseñada y funcional
Hojas Volantes	$E = \frac{\text{total hojas volantes repartidas}}{\text{total hojas volantes impresas}}$ $E = \frac{\text{total clientes que acudena la empresa por hojas volantes}}{\text{total clientes}}$
Esferográficos	$E = \frac{\text{total esferográficos repartidos}}{\text{total esferográficos adquiridos}}$
Jarras Térmicas	$E = \frac{\text{total jarras térmicas repartidas}}{\text{total jarras térmicas adquiridas}}$
Relojes	$E = \frac{\text{total relojes repartidos}}{\text{total relojes adquiridos}}$
E-mailing	$E = \frac{\text{total correos enviados}}{\text{total clientes}}$ $E = \frac{\text{total respuestas de correo recibidas}}{\text{total correos enviados}}$
Telemercadeo	$E = \frac{\text{total llamadas realizadas}}{\text{total clientes}}$ $E = \frac{\text{total respuestas de llamadas realizadas}}{\text{total llamadas realizadas}}$

4.4.5 ESTRATEGIA 3.3.2

Estructurar las herramientas que se aplicarán para lograr una promoción de ventas efectiva.

4.4.5.1 PLAN OPERATIVO 3.3.2

Promoción de Ventas

Consiste en la utilización de un conjunto de herramientas que pretenden apoyar o facilitar el proceso de la venta, debido a que tienen una influencia directa en la toma de decisiones de los consumidores.

Se aplicará las siguientes herramientas:

- Descuentos

Esta herramienta se derivará de algunos factores de la negociación como es el caso del volumen monetario de compra, formas de pago y renovación de contratos. El valor del descuento será de 5% que será definido en base a los criterios antes mencionados.

- Bonificaciones

ASINFO define dos tipos de bonificaciones para sus clientes:

En la venta de los módulos de Facturación (Rapidfact) y Contabilidad (Syscont) se le adicionará gratuitamente el módulo del SRI (ValSri).

Otro bono consiste en proporcionar a los clientes 8 horas gratuitas adicionales de servicio técnico a las incluidas en el paquete normal con la primera compra de cualquiera de los módulos. Cabe mencionar que una vez consumidas estas 8 horas adicionales, el cliente deberá pagar por cada hora de servicio técnico.

- Combos

Consiste en la agrupación de módulos y servicios dependiendo de su afinidad y utilización. Cada uno de estos productos tiene su precio de venta, pero al ser incluidos en un paquete disminuirá su valor total.

- Premios

Se aplicará para clientes que puedan referir a la empresa ASINFO a terceras personas, este premio se fundamentará en la entrega de un 10% de la venta total que se pueda efectuar, la misma que no se la entregará en efectivo al cliente, por el contrario se la trasladará a un descuento en servicio técnico.

➤ **CRONOGRAMA**

Descuentos	Permanentemente
Bonificaciones	Permanentemente
Combos	Permanentemente
Premios	Permanentemente

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 55

Costo de aplicación para aplicar promoción de ventas

Cantidad	Detalle	V/Unitario	Frec	V/Total
	Descuentos	5%		0,00
	Bonificaciones			
	ValSri	100,00		0,00
	8 Horas Servicio Técnico	35,00		0,00
	Combos	10%		0,00
	Premios	5%		0,00
TOTAL				0,00

NOTA: Los costos dependen de los montos de venta, volúmenes de compra, número de personas referidas, por este motivo no se considera para la inversión y solamente se lo toma en cuenta para el estado de pérdidas y ganancias.

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Ventas y Marketing

➤ **INDICADORES**

HERRAMIENTAS	INDICADORES
Descuentos	$E = \frac{\text{total descuentos entregados}}{\text{total clientes atendidos}}$
<u>BONIFICACIONES</u>	
ValSri	$E = \frac{\text{total bonificaciones ValSri entregadas}}{\text{total ventas realizadas}}$
8 horas de servicio técnico	$E = \frac{\text{total bonificaciones 8 horas servicio técnico entregadas}}{\text{total ventas realizadas}}$
Combos	$E = \frac{\text{total ventas que incluyen combos}}{\text{total ventas realizadas}}$
Premios	$E = \frac{\text{total clientes nuevos por referencias}}{\text{total clientes}}$

Ventas Personales

Se la define como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.

Se hace necesaria la contratación de tres vendedores con la finalidad de generar un mejor acercamiento hacia el cliente por cuanto de esta manera se instrumentará el encuentro de la compra del servicio, facilitará la evaluación de la calidad, tangibilizar el servicio, destacar la imagen organizacional y utilizar referencias externas a la organización.

➤ **CRONOGRAMA**

Permanente y cuando las necesidades de la empresa lo requieran.

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 56

Costo de aplicación para aplicar ventas personales

Cantidad	Detalle	V/Unitario	Frec	V/Total
1	Contratación de empleados para ventas	240,00	12	2.880,00
1	Contratación de empleados para servicio técnico	312,00	12	3.744,00
3	Pago comisiones 5% de las ventas	202,44	12	7.287,84
TOTAL				13.911,84

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ INDICADORES

HERRAMIENTAS	INDICADORES
Porcentaje de vendedores	$E = \frac{\text{total vendedores}}{\text{total empleados de la empresa}}$
Índice de ausentismo	$E = \frac{\text{total horas de ausencias}}{\text{total horas hombre realmente trabajadas}}$
Eficiencia	$E = \frac{\text{total ventas efectuadas por vendedor}}{\text{total ventas realizadas}}$

Relaciones Públicas

La finalidad de esta herramienta consiste en la incubación de una imagen positiva de la empresa en la mente de todos los integrantes del mercado, logrando una estimulación no personal de demanda para un producto intangible, obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable por otro factor que no esté pagado por el patrocinador del servicio.

Se aprovechará la posibilidad de auspiciar los eventos desarrollados por los diferentes centros de capacitación así como también las ferias de exposición, en las cuales ASINFO pagará una cuota definida con la finalidad de poder utilizar sus equipos y servicios para el desarrollo de cualquiera de los eventos antes mencionados, de esta manera se puede dar a conocer la marca, sus productos y servicios a los que asisten a estos programas. Se definirán cuatro eventos al año dando prioridad a los que se desarrollen en instituciones con las cuales la empresa tenga algún convenio.

➤ CRONOGRAMA

Se definirán un evento por trimestre.

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 57

Costo de aplicación para aplicar relaciones públicas

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
4	Pago por patrocinio de evento	150,00	600,00
TOTAL			600,00

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Ventas y Marketing

➤ **INDICADORES**

HERRAMIENTAS	INDICADORES
Eficiencia	$E = \frac{\text{total clientes generados en eventos}}{\text{total clientes de la empresa}}$
Cumplimiento	$E = \frac{\text{total eventos patrocinados}}{\text{total eventos planificados}}$

EVIDENCIA FISICA

La evidencia física puede ayudar a crear el ambiente y la atmósfera en que se compra o realiza un servicio y puede ayudar a darle forma a las percepciones que del servicio tengan los clientes. Los clientes se forman impresiones sobre una empresa de servicios en parte a través de evidencias físicas como edificios, accesorios, disposición, color y bienes asociados con el servicio como maletas, etiquetas, folletos, rótulos, etc.

Es necesario realizar una distinción entre dos clases de evidencia física:

Evidencia Periférica.- La evidencia periférica, se posee realmente como parte de la compra de un servicio, y aumenta el valor de la evidencia esencial sólo cuando el cliente le dé valor a los símbolos del servicio. En el caso de esta empresa, se proporcionará a los clientes las licencias de funcionamiento del software.

Evidencia Esencial.- Esta evidencia no la puede poseer el cliente. No obstante, la para este efecto ASINFO es necesario desarrollar los siguientes factores:

- ✚ Una infraestructura de la empresa que denote optimización del espacio.
- ✚ Cuidar permanentemente el orden y la limpieza de las instalaciones.
- ✚ Utilizar música ambiental suave.
- ✚ Procurar un ambiente con un aroma agradable pero no exagerado.
- ✚ Una adecuada presentación de los empleados.

➤ **CRONOGRAMA**

Permanentemente.

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 58

Costo de aplicación para evidencia física

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
	Licencias de Funcionamiento de Software	0,00	0,00
12	Gasto Materiales de Adecuación y Limpieza (anual)	20,77	249,24
TOTAL			249,24

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ INDICADORES

HERRAMIENTAS	INDICADORES
Cumplimiento	$E = \frac{\text{total gastos reales incurridos}}{\text{total gastos planificados}}$
Efectividad	$E = \frac{\text{total quejas de clientes por evidencia física}}{\text{total quejas recibidas}}$

PERSONAL

El personal de servicios está compuesto por aquellas personas que prestan los servicios de una organización a los clientes; pero es especialmente importante en aquellas circunstancias en que, no existiendo las evidencias de los productos tangibles, el comprador se forma la impresión de la empresa con base en el comportamiento y actitudes de sus empleados.

Es imprescindible que la ASINFO tome muy en cuenta este componente de su mezcla de Marketing, puesto que al tratarse de una empresa que proporciona un servicio cuya característica básica es la intangibilidad, debe propender al desarrollo de las siguientes variables en relación a su personal:

🌈 **Selección y capacitación del personal de servicio:** Es evidentemente importante que los empleados que sean contratados por Asesores Informáticos S.C., deben seleccionarse y capacitarse cuidadosamente. La consecuencia clara de la importancia del contacto personal para el servicio es que los programas de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo tienen que ajustarse a las necesidades de los productos no tangibles que se están prestando. Esta responsabilidad recae en el Jefe de Recursos Humanos de la organización.

🌈 **Marketing interno:** Los empleados contratados por la empresa, se consideran como clientes y los trabajos son productos internos que deben tener por objeto satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Para cumplir esta estrategia se dictará a todos los empleados dos charlas (5 horas) motivacionales y de los sistemas de comunicación interna, una cada seis meses.

- ✚ **Utilizar prácticas para obtener comportamiento uniforme:** Se debe desarrollar capacitación permanente, especialmente en comunicaciones y ventas para evitar un alto nivel de heterogeneidad en la prestación del servicio.
- ✚ **Asegurar apariencia uniforme:** Una forma en que las organizaciones intentan crear una imagen y sugerir calidad del servicio es a través de la apariencia del personal de servicio, por esta razón la empresa ASINFO debe buscar un criterio estandarizado con respecto al grado de formalidad, el mismo que puede ir desde el empleo de camisas y camisetas que representen la imagen corporativa. Se proporcionará a los empleados carnet de identificación, los mismos que deberán ser utilizados durante toda la jornada de trabajo.



- ✚ **Control cuidadoso mediante supervisión del personal de servicio:** Una institución tiene que luchar constantemente por crear y mantener una imagen clara y atractiva. En virtud de que tanto empleados como clientes influyen y reflejan el desenvolvimiento de una empresa de servicios, es responsabilidad de la gerencia asegurar que la imagen percibida sea compatible con lo que desea proyectar. Para este efecto se elaboró los manuales de procedimientos

en los que se trata de encaminar las funciones y su proceder para cada uno de los empleados de ASINFO.

Otras herramientas que utilizará la empresa para mejorar el nivel de supervisión de sus empleados consisten en la aplicación de sistemas relacionados con ventas (incremento de ventas, participación en el mercado, rentabilidad, compra repetida), sistemas de quejas y sugerencias, visitas de auditoria y encuestas sobre satisfacción de los clientes.

➤ **CRONOGRAMA**

Permanentemente.

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Cuadro N° 59

Costo de aplicación para personal

Cantidad	Detalle	V/Unitario	V/Total
2	Capacitación de personal nuevo	150,00	300,00
10	Mark. Interno Capacitación	20,00	200,00
65	Asegurar apariencia Uniforme (Camisas y Camisetas)	15,00	975,00
13	Carnet de Identificación	15,00	195,00
12	Supervisión de personal de servicio	20,00	240,00
TOTAL			1.910,00

NOTA: Los costos que tienen valor de cero se incluyen en otros rubros.

FUENTE: Investigación de Mercado ELABORADO POR: Autora de tesis
--

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

➤ **INDICADORES**

INDICADORES	CALCULO
Contratación	$E = \frac{\text{total empleados nuevos contratados en el año}}{\text{total empleados}}$
Capacitación	$E = \frac{\text{total capacitaciones a los empleados}}{\text{total capacitaciones planificadas}}$
Comportamiento	$E = \frac{\text{total quejas recibidas sobre comportamiento empleados}}{\text{total quejas recibidas hacia la empresa}}$
Uniforme	
Presentación	$E = \frac{\text{total llamados de atención utilización de uniformes}}{\text{total llamadas de atención a empleados}}$
Uniforme	
Supervisión	$E = \frac{\text{total sanciones por desempeño del personal}}{\text{total sanciones a empleados}}$

PROCESOS

Basándose en la característica de la inseparabilidad, es necesario definir adecuados procesos para la prestación de servicios, por lo que el cliente está en contacto directo con la organización o sus integrantes al momento de recibir el servicio. La estructuración de estos procesos se la realizó en el Manual de Procedimientos y la elaboración de los flujogramas.

➤ **CRONOGRAMA**

Permanentemente.

➤ **COSTO DE APLICACIÓN**

Los costos fueron definidos en las estrategias anteriores, por cuanto los procesos constituyen la interrelación de las estrategias.

➤ **RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN**

Gerente General

Jefe de Recursos Humanos

Jefe de Ventas y Marketing

Cuadro N° 60

CUADRO RESUMEN - PLAN OPERATIVO 2010																
PROYECTO	ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	COSTOS	CRONOGRAMA												METAS FISICAS
				MESES												
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Proporcionar una estructura adecuada que permita el sostenimiento de la organización a través de los cambios que se pretenden realizar.	Definir en forma clara a donde se quiere llegar a través de la visión, misión, objetivos, políticas y valores.	Gerente General Jefe de RRHH	800,00													Visión, misión, objetivos, políticas y valores elaborados.
Definir una estructura organizacional que refleje de manera precisa los diferentes niveles, cargos y relaciones existentes dentro de la empresa.	Diseñar los organigramas estructural y funcional.	Gerente General Jefe de RRHH	-													Organigramas estructural y Funcional elaborados
	Definir las funciones y requerimientos de puestos.	Gerente General Jefe de RRHH	-													Funciones y requerimientos de puestos elaborados.
	Diseñar el manual de procedimientos y sus respectivos flujogramas.	Gerente General Jefe de RRHH	-													Manual de procedimientos y sus respectivos flujogramas elaborados.

Elaborado por: Autora de tesis

PROYECTO	ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	COSTOS	CRONOGRAMA												METAS FISICAS	
				MESES													
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
Diseñar la mezcla de marketing adecuada para que la empresa pueda lograr posicionamiento en el mercado.	Definir la plaza para la empresa ASINFO.	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														Determinacion de la plaza definida
	Definir los precios para los diferentes modulos y servicios de la empresa ASINFO	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														Precios de los módulos y servicios de la empresa ASINFO definidos.
	Diseño de página WEB	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	800,00														Estructurar las herramientas que se aplicarán para lograr una campaña publicitaria óptima.
	Hojas Volantes y Dipticos	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	210,00														
	Esferográficos	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	120,00														
	Jarras Térmicas	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	1.100,00														
	Relojes	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	1.000,00														
	E-mailing	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														
	Telemercadeo	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	31,36														

Elaborado por: Autora de tesis

PROYECTO	ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	COSTOS	CRONOGRAMA												METAS FISICAS	
				MESES													
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
Diseñar la mezcla de marketing adecuada para que la empresa pueda lograr posicionamiento en el mercado.	Descuentos	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														Estructurar las herramientas que se aplicarán para lograr una promoción de ventas efectiva.
	Valsri	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														
	8 Horas Soporte Técnico	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														
	Combos	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														
	Premios	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-														
	Contratación de empleados para ventas	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	2.880,00														
	Contratación de empleados para Servicio Técnico	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	3.744,00														
	Pago comisiones 5% de las ventas	Gerente General Jefe de RRHH	7.287,84														
	Pago por patrocinio de evento	Gerente General Jefe de RRHH	600,00														

Elaborado por: Autora de tesis

PROYECTO	ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	COSTOS	CRONOGRAMA												METAS FISICAS		
				MESES														
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC			
Diseñar la mezcla de marketing adecuada para que la empresa pueda lograr posicionamiento en el mercado.	Licencias de Funcionamiento de Software	Gerente General Jefe de Ventas y Marketing	-															Estructurar las herramientas que se aplicarán para lograr una promoción de ventas efectiva.
	Gasto Materiales de adecuación y limpieza (anual)	Gerente General Jefe de RRHH	249,24															
	Selección y Capacitacion de personal nuevo	Gerente General Jefe de RRHH	300,00															
	Marketing Interno	Gerente General Jefe de RRHH	200,00															
	Asegurar apariencia Uniforme (Camisas y Camisetas)	Gerente General Jefe de RRHH	975,00															
	Carnet de Identificación	Gerente General Jefe de RRHH	195,00															
	Supervisión de personal de servicio	Gerente General Jefe de RRHH	240,00															
	TOTAL		20.732,44															

Elaborado por: Autora de tesis

CAPITULO V

ANALISIS **FINANCIERO**

CAPITULO V

5. ANÁLISIS FINANCIERO

Se puede utilizar la siguiente aseveración para clarificar la intencionalidad de realizar el estudio de este capítulo, definiéndolo de la siguiente manera: “el análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión o algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión”²⁵.

La importancia de desarrollar esta sección se fundamenta en la necesidad de definir un escenario apropiado para la inversión para la implementación de las estrategias propuestas y de esta manera los interesados puedan tomar la decisión más adecuada en este caso específico.

5.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CAMBIO PROPUESTO

Para poner en marcha la propuesta de estructuración del proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente en la empresa Asinfo, se requiere de una inversión que asciende a \$14.221,83, siendo necesario incurrir en estrategias como son: pago por consultoría, diseño de página web, material POP, contratación de empleados para ventas y servicio técnico y el aseguramiento de la apariencia uniforme entre las más importantes.

²⁵ <http://www.monografias.com/trabajos7/anfi/anfi.shtml>

CUADRO N° 61	
INVERSIÓN DE CAPITAL Y OPERACIÓN	
Inversión	
Consultoría	800,00
Reuniones de Planificación	100,00
Diseño de sitio Web	800,00
Dípticos	130,00
Hojas volantes	80,00
Material POP	
Esferográficos	120,00
Jarras térmicas	1.100,00
Relojes	1.000,00
E-mailing	0,00
Telemercadeo (2min x llamada)	31,36
Contratación de empleados para ventas	2.880,00
Contratación de empleados para servicio técnico	3.744,00
Pago por patrocinio de evento	600,00
Gasto Materiales de Adecuac y Limpieza	249,24
Capacitación personal nuevo	300,00
Marketing Interno Capacitación	200,00
Asegurar apariencia Unif (Camisas y Camisetas)	975,00
Carnet de Identificación	195,00
Supervisión de personal de servicio	240,00
SUBTOTAL	13.544,60
Imprevistos (5%)	677,23
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	14.221,83

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

Una vez definida la inversión, se determina el financiamiento de la inversión total requerida que se lo hará en base a dos fuentes como son: el capital propio y un préstamo bancario.

TABLA N° 62		
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO (Expresado en dólares)		
Tipo	Capital de Operación	Inversión Fija
Capital Propio		4.221,83
Préstamo Bancario		10.000,00
TOTAL		14.221,83

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

La tabla de amortización de la deuda es un despliegue completo de los pagos que deben hacerse hasta la conclusión del compromiso. En este caso se realiza el cálculo para un valor de \$10.000, un período de cinco años y una tasa de interés del 15,20% la misma que fue elegida por ser una tasa promedio del mercado.

CUADRO N° 63	
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	
Monto Inicial:	\$ 10.000,00
Tasa:	15,20%
Plazo en años:	5
Pagos anuales:	1
Período de Gracia:	0
Fecha de Inicio:	año 0

periodos	inicial	interés	amort	cuota	final
0					\$10.000,00
1	\$10.000,00	\$1.520,00	\$1.477,29	\$2.997,29	\$8.522,71
2	\$8.522,71	\$1.295,45	\$1.701,84	\$2.997,29	\$6.820,86
3	\$6.820,86	\$1.036,77	\$1.960,52	\$2.997,29	\$4.860,34
4	\$4.860,34	\$738,77	\$2.258,52	\$2.997,29	\$2.601,82
5	\$2.601,82	\$395,48	\$2.601,82	\$2.997,29	(\$0,00)
TOTAL		\$4.986,47	\$10.000,00	\$14.986,47	

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

5.2 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS, TÉCNICOS Y DE VENTAS

En el siguiente cuadro se puede determinar cada uno de los costos incurridos desde el año cero que corresponde al año 2009 hasta el año diez que representaría al 2019 en cada uno de las grandes áreas que tiene la empresa Asinfo.

Se debe considerar que a partir del primer año de modificación de los procesos la empresa debe reajustar sus gastos, los cuales deberán seguir el siguiente comportamiento:

PARA EL AÑO 1:	
Honorarios	Se reducen un 50%
Gastos Varios	Se reducen un 50%
Gastos Cafetería	Se reducen un 50%
Materiales y Accesorios	Se reducen al 60%
Servicio Técnico	Se reducen al 70%
Pasajes y Movilizaciones	Se reducen al 60%
Luz, Agua y Teléfono	Se reducen al 60%
Materiales de Oficina y Papelería	Se reducen al 60%

La distribución de la nómina se la puede observar en el anexo N° 1, la misma que está realizada con proyecciones a diez años y para todos los cargos de la organización.

También están incluidos los valores que se requieren para poner en marcha la propuesta para el mejoramiento del servicio al cliente.

CUADRO N° 64											
PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS (EXPRESADO EN DÓLARES)											
RUBROS	Año 2009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
GASTOS ADMINISTRATIVOS											
Remuneraciones:	35.173,53	37.639,41	39.126,17	40.730,34	42.400,28	44.138,69	45.948,38	47.832,26	49.793,39	51.834,92	53.960,15
Gerente General	8.971,07	9.600,00	9.979,20	10.388,35	10.814,27	11.257,65	11.719,22	12.199,71	12.699,89	13.220,59	13.762,63
Asistente Administrativa	2.960,45	3.168,00	3.293,14	3.428,15	3.568,71	3.715,03	3.867,34	4.025,90	4.190,97	4.362,79	4.541,67
Contador General	6.728,30	7.200,00	7.484,40	7.791,26	8.110,70	8.443,24	8.789,41	9.149,78	9.524,92	9.915,44	10.321,98
Asistente Contable	4.485,54	4.800,00	4.989,60	5.194,17	5.407,13	5.628,83	5.859,61	6.099,85	6.349,95	6.610,29	6.881,32
Mensajero	2.691,32	2.880,00	2.993,76	3.116,50	3.244,28	3.377,30	3.515,77	3.659,91	3.809,97	3.966,18	4.128,79
Beneficios Sociales	6.197,68	6.632,18	6.894,15	7.176,81	7.471,06	7.777,37	8.096,24	8.428,19	8.773,74	9.133,47	9.507,94
Aporte Patronal	3.139,16	3.359,23	3.491,92	3.635,09	3.784,13	3.939,28	4.100,79	4.268,92	4.443,95	4.626,15	4.815,82
Alimentación Personal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Comisiones	2.898,47	7.247,63	8.610,19	10.253,93	12.224,00	14.587,91	17.427,71	20.843,19	24.955,92	29.914,11	35.898,69
Mantenimiento y Rep Vehículo	936,80	972,87	1.011,30	1.052,76	1.095,92	1.140,85	1.187,63	1.236,32	1.287,01	1.339,78	1.394,71
Honorarios	565,22	282,61	293,77	305,82	318,36	331,41	345,00	359,14	373,87	389,19	405,15
Consultoría estructura adm. Organ		800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consultoría definición plaza y precio		100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web, e-mailing		800,00	100,00	104,10	108,37	112,81	117,44	122,25	127,26	132,48	137,91
Uniformes		975,00	1.013,51	1.055,07	1.098,32	1.143,36	1.190,23	1.239,03	1.289,83	1.342,72	1.397,77
Combustible y Lubricantes	1.204,12	1.250,48	1.299,87	1.353,17	1.408,65	1.466,40	1.526,52	1.589,11	1.654,27	1.722,09	1.792,70
Materiales de Oficina y Papelería	646,25	387,75	403,07	419,59	436,80	454,70	473,35	492,75	512,96	533,99	555,88
Gastos Varios	2.132,33	1.066,17	1.108,28	1.153,72	1.201,02	1.250,26	1.301,52	1.354,89	1.410,44	1.468,26	1.528,46
Mantenimiento de Oficina	240,00	249,24	259,08	269,71	280,77	292,28	304,26	316,73	329,72	343,24	357,31

Arriendos	3.600,00	3.738,60	3.886,27	4.045,61	4.211,48	4.384,15	4.563,90	4.751,02	4.945,82	5.148,59	5.359,69
Guardianía y Seguridad	810,10	841,29	874,52	910,38	947,70	986,56	1.027,00	1.069,11	1.112,95	1.158,58	1.206,08
Publicidad y Propaganda Dóptico	865,00	1.139,66	1.184,68	1.233,25	1.283,81	1.336,45	1.391,25	1.448,29	1.507,67	1.569,48	1.633,83
Material POP		2.220,00	2.307,69	2.402,31	2.500,80	2.603,33	2.710,07	2.821,18	2.936,85	3.057,26	3.182,61
Suscripciones y Capacitaciones	730,00	1.258,11	1.307,80	1.361,42	1.417,24	1.475,34	1.535,83	1.598,80	1.664,35	1.732,59	1.803,63
Uniformes	404,63	975,00	1.013,51	1.055,07	1.098,32	1.143,36	1.190,23	1.239,03	1.289,83	1.342,72	1.397,77
Carnets		195,00	202,70	211,01	219,66	228,67	238,05	247,81	257,97	268,54	279,55
Supervisión empleados		240,00	249,48	259,71	270,36	281,44	292,98	304,99	317,50	330,51	344,07
Muebles		340,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Cafetería	888,25	444,13	461,67	480,60	500,30	520,81	542,17	564,40	587,54	611,62	636,70
Seguros Equipos	1.308,32	1.358,69	1.412,36	1.470,27	1.530,55	1.593,30	1.658,62	1.726,63	1.797,42	1.871,11	1.947,83
Luz, Agua, Teléfono	976,78	586,07	609,22	634,20	660,20	687,27	715,44	744,78	775,31	807,10	840,19
Internet	799,00	829,76	862,54	897,90	934,72	973,04	1.012,93	1.054,46	1.097,70	1.142,70	1.189,55
Celulares (Plan Corporativo)	232,91	241,88	251,43	261,74	272,47	283,64	295,27	307,38	319,98	333,10	346,76
Depreciación Vehículos	4.763,56	10.799,01	18.794,45	26.789,90	34.785,34	38.017,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23
Depreciación Muebles	400,00	950,00	1.500,00	2.050,00	2.600,00	3.150,00	3.700,00	4.250,00	4.800,00	5.350,00	5.500,00
Depreciación de equipos	891,00	4.454,03	8.017,05	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70
Cámara de Comercio	254,78	264,59	275,04	286,32	298,06	310,28	323,00	336,24	350,03	364,38	379,32
Total Gastos Administrativos	60.721,05	82.646,95	96.435,66	111.737,56	124.793,19	133.583,25	141.685,72	148.516,73	156.162,48	164.776,00	174.143,22

GASTOS TÉCNICOS											
Remuneraciones:	27.435,35	33.457,25	34.778,81	36.204,74	37.689,14	39.234,39	40.843,00	42.517,57	44.260,79	46.075,48	47.964,57
Gerente Técnico	7.872,12	9.600,00	9.979,20	10.388,35	10.814,27	11.257,65	11.719,22	12.199,71	12.699,89	13.220,59	13.762,63
Técnicos	12.280,50	14.976,00	15.567,55	16.205,82	16.870,26	17.561,94	18.281,98	19.031,54	19.811,83	20.624,12	21.469,71
Beneficios Sociales	4.834,19	5.895,27	6.128,13	6.379,38	6.640,94	6.913,22	7.196,66	7.491,72	7.798,88	8.118,64	8.451,50
Aporte Patronal	2.448,54	2.985,98	3.103,93	3.231,19	3.363,67	3.501,58	3.645,15	3.794,60	3.950,18	4.112,13	4.280,73
Total Gastos Técnicos	27.435,35	33.457,25	34.778,81	36.204,74	37.689,14	39.234,39	40.843,00	42.517,57	44.260,79	46.075,48	47.964,57
GASTOS DE VENTAS											
Remuneraciones:	7.738,18	11.762,32	12.226,93	12.728,23	13.250,09	13.793,34	14.358,87	14.947,58	15.560,43	16.198,41	16.862,55
Vendedores	5.684,07	8.640,00	8.981,28	9.349,51	9.732,84	10.131,89	10.547,30	10.979,74	11.429,90	11.898,53	12.386,37
Premios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Beneficios Sociales	1.363,49	2.072,56	2.154,42	2.242,75	2.334,71	2.430,43	2.530,08	2.633,81	2.741,79	2.854,21	2.971,23
Aporte Patronal	690,61	1.049,76	1.091,23	1.135,97	1.182,54	1.231,02	1.281,50	1.334,04	1.388,73	1.445,67	1.504,94
Compra de Equipos	9.274,90	9.631,98	10.012,45	10.422,96	10.850,30	11.295,16	11.758,26	12.240,35	12.742,21	13.264,64	13.808,49
Materiales y Accesorios	3.706,89	2.224,13	2.311,99	2.406,78	2.505,46	2.608,18	2.715,12	2.826,44	2.942,32	3.062,95	3.188,54
Servicio Técnico	1.235,00	864,50	898,65	935,49	973,85	1.013,78	1.055,34	1.098,61	1.143,65	1.190,54	1.239,35
Servicios Web, Licencias	2.123,60	2.205,36	2.292,47	2.386,46	2.484,31	2.586,16	2.692,20	2.802,58	2.917,48	3.037,10	3.161,62
Consumo Celular	661,86	687,34	714,49	743,79	774,28	806,03	839,07	873,48	909,29	946,57	985,38
Pasajes y Movilizaciones	1.139,24	683,54	710,54	739,68	770,00	801,57	834,44	868,65	904,26	941,34	979,93
Total Gastos de Ventas	25.879,67	28.059,18	29.167,51	30.363,38	31.608,28	32.904,22	34.253,29	35.657,68	37.119,64	38.641,55	40.225,85
TOTAL	114.036,06	144.163,38	160.381,99	178.305,68	194.090,61	205.721,87	216.782,02	226.691,98	237.542,91	249.493,03	262.333,65

Elaborado por:

Autora de la Tesis

5.3 PROYECCIÓN DE VENTAS

Aunque certeza del cien por ciento nunca es posible, se puede descubrir mucho preparando una proyección bien pensada. Este documento se ha preparado con ánimo de proporcionarle algunas sugerencias para llegar a una solución. Se incluye un formulario que le proporciona una lista detallada de las categorías de ingresos para las unidades de negocios que tiene la empresa Asinfo.

Se puede concebir como ingresos a todos los recibos de las ventas de servicios a sus clientes. Es el dinero generado por la operación normal del negocio. A menudo lo llamamos ventas. Los servicios a los cuales se hace referencia son los siguientes:

- Servicio de mantenimiento
- Servicio de actualización
- Sistemas:
 - Syscont
 - Sidecom
 - Sipro

CUADRO N° 65											
PROYECCIÓN DE VENTAS											
DESCRIPCIÓN	Año 2009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Volumen estim ventas											
Servicio Mantenimiento	611	733	880	1.056	1.267	1.520	1.824	2.189	2.627	3.153	3.783
Servicio Actualización	79	95	114	137	164	197	236	283	340	408	489
Syscont	38	43	48	53	60	67	75	84	94	105	118
Sidecom	19	21	24	27	30	33	38	42	47	53	59
Sipro	18	20	23	25	28	32	36	40	45	50	56
Precio de Venta											
Servicio Mantenimiento	35,00	36,35	37,78	39,33	40,94	42,62	44,37	46,19	48,08	50,06	52,11
Servicio Actualización	150,00	155,78	161,93	168,57	175,48	182,67	190,16	197,96	206,08	214,52	223,32
Syscont	1.000,00	1.038,50	1.079,52	1.123,78	1.169,86	1.217,82	1.267,75	1.319,73	1.373,84	1.430,16	1.488,80
Sidecom	1.700,00	1.765,45	1.835,19	1.910,43	1.988,76	2.070,29	2.155,18	2.243,54	2.335,52	2.431,28	2.530,96
Sipro	1.300,00	1.350,05	1.403,38	1.460,92	1.520,81	1.583,17	1.648,08	1.715,65	1.785,99	1.859,21	1.935,44
Ingresos por Ventas											
Servicio Mantenimiento	21.385,00	26.649,99	33.243,19	41.527,40	51.876,03	64.803,53	80.952,57	101.125,95	126.326,54	157.807,11	197.132,64
Servicio Actualización	11.850,00	14.767,47	18.420,94	23.011,44	28.745,89	35.909,37	44.857,98	56.036,59	70.000,91	87.445,14	109.236,47
Syscont	38.000,00	44.198,56	51.457,73	59.995,60	69.950,07	81.556,18	95.087,99	110.864,98	129.259,70	150.706,47	175.711,69
Sidecom	32.300,00	37.568,78	43.739,07	50.996,26	59.457,56	69.322,76	80.824,79	94.235,24	109.870,75	128.100,50	149.354,94
Sipro	23.400,00	27.217,01	31.687,13	36.944,66	43.074,52	50.221,44	58.554,18	68.269,49	79.596,76	92.803,46	108.201,41
Descuentos	0,00	-5.449,22	-6.344,20	-7.396,83	-8.624,11	-10.055,02	-11.723,35	-13.668,49	-15.936,36	-18.580,52	-21.663,40
TOTAL VENTAS	126.935,00	144.952,58	172.203,87	205.078,53	244.479,95	291.758,26	348.554,16	416.863,77	499.118,30	598.282,16	717.973,74

Servicio	Participación en las ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Servicio Mantenimiento		17,72%	18,62%	19,54%	20,50%	21,47%	22,47%	23,49%	24,53%	25,58%	26,65%
Servicio Actualización		9,82%	10,32%	10,83%	11,36%	11,90%	12,45%	13,02%	13,59%	14,18%	14,77%
Syscont (41%)		29,39%	28,82%	28,24%	27,64%	27,02%	26,39%	25,75%	25,10%	24,43%	23,76%
Sidecom (34%)		24,98%	24,50%	24,00%	23,49%	22,97%	22,43%	21,89%	21,33%	20,77%	20,19%
Sipro (25%)		18,10%	17,75%	17,39%	17,02%	16,64%	16,25%	15,86%	15,45%	15,04%	14,63%
TOTAL		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Servicio	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Servicio Mantenimiento		21,81	22,67	23,60	24,57	25,57	26,62	27,71	28,85	30,03	31,26
Servicio Actualización		93,47	97,16	101,14	105,29	109,60	114,10	118,78	123,65	128,71	133,99
Syscont (41%)		623,10	647,71	674,27	701,91	730,69	760,65	791,84	824,30	858,10	893,28
Sidecom (34%)		1.059,27	1.101,11	1.146,26	1.193,25	1.242,18	1.293,11	1.346,12	1.401,31	1.458,77	1.518,58
Sipro (25%)		810,03	842,03	876,55	912,49	949,90	988,85	1.029,39	1.071,59	1.115,53	1.161,27

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

5.4 ESTADOS FINANCIEROS

La evaluación de los Estados Financieros se debe llevar a cabo tomando en cuenta el tipo de empresa, en este caso empresa de servicios, y considerando su entorno, su mercado y demás elementos cualitativos.

Los Estados Financieros muestran la situación actual y la trayectoria de la empresa, de esta manera se puede anticipar, iniciando acciones para resolver problemas y tomar ventaja de las oportunidades. Los datos obtenidos en el análisis sirven para preparar estados proyectados, en base a la realidad.

5.5 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es importante definir el Estado de Pérdidas y Ganancias en este estudio por considerarse una herramienta financiera fundamental para evaluar la gestión económica realizada por la empresa. Este resume las transacciones correspondientes a los ingresos y egresos que tienen lugar en un período de tiempo, con el objetivo de determinar la ganancia o pérdida que el negocio obtuvo en sus actividades operativas. En este caso en particular se presenta el estado para el periodo de 01 de enero al 31 de diciembre del 2009 (Ver Anexo N° 2) y además se realiza la proyección para diez años denotándose que desde el primer año existen utilidades después de cubrir todos los gastos y las obligaciones correspondientes para con los empleados y el Estado; conforme avanza en los años de proyección se puede demostrar que las utilidades netas disponibles para reparto de los accionistas van creciendo especialmente desde el año seis, puesto que en ese año se considera que la deuda financiera ha sido cancelada en su totalidad en el año cinco.

CUADRO N° 66

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO
(EXPRESADO EN DÓLARES)**

DESCRIPCIÓN	Año 2009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Netas											
Servicios Mantenimiento	21.385,00	26.649,99	33.243,19	41.527,40	51.876,03	64.803,53	80.952,57	101.125,95	126.326,54	157.807,11	197.132,64
Servicios Actualización	11.850,00	14.767,47	18.420,94	23.011,44	28.745,89	35.909,37	44.857,98	56.036,59	70.000,91	87.445,14	109.236,47
Syscont (41%)	38.000,00	44.198,56	51.457,73	59.995,60	69.950,07	81.556,18	95.087,99	110.864,98	129.259,70	150.706,47	175.711,69
Sidecom (34%)	32.300,00	37.568,78	43.739,07	50.996,26	59.457,56	69.322,76	80.824,79	94.235,24	109.870,75	128.100,50	149.354,94
Sipro (25%)	23.400,00	27.217,01	31.687,13	36.944,66	43.074,52	50.221,44	58.554,18	68.269,49	79.596,76	92.803,46	108.201,41
TOTAL INGRESOS	126.935,00	150.401,80	178.548,07	212.475,35	253.104,06	301.813,28	360.277,51	430.532,25	515.054,66	616.862,68	739.637,14
Gastos Ventas	18.141,49	16.296,86	16.940,59	17.635,15	18.358,19	19.110,88	19.894,43	20.710,10	21.559,21	22.443,14	23.363,31
Compra de Equipos	9.274,90	9.631,98	10.012,45	10.422,96	10.850,30	11.295,16	11.758,26	12.240,35	12.742,21	13.264,64	13.808,49
Materiales y Accesorios	3.706,89	2.224,13	2.311,99	2.406,78	2.505,46	2.608,18	2.715,12	2.826,44	2.942,32	3.062,95	3.188,54
Servicio Técnico	1.235,00	864,50	898,65	935,49	973,85	1.013,78	1.055,34	1.098,61	1.143,65	1.190,54	1.239,35
Servicios Web, Licencias	2.123,60	2.205,36	2.292,47	2.386,46	2.484,31	2.586,16	2.692,20	2.802,58	2.917,48	3.037,10	3.161,62
Pasajes y Movilizaciones	1.139,24	683,54	710,54	739,68	770,00	801,57	834,44	868,65	904,26	941,34	979,93
Consumo Celular	661,86	687,34	714,49	743,79	774,28	806,03	839,07	873,48	909,29	946,57	985,38
Gastos Sueldos	73.245,52	90.106,61	94.742,10	99.917,24	105.563,51	111.754,34	118.577,96	126.140,60	134.570,52	144.022,91	154.685,95
Remuneración Unificada	52.557,69	60.864,00	63.268,13	65.862,12	68.562,47	71.373,53	74.299,84	77.346,14	80.517,33	83.818,54	87.255,10
Décimo Tercer Sueldo	3.876,21	5.072,00	5.272,34	5.488,51	5.713,54	5.947,79	6.191,65	6.445,51	6.709,78	6.984,88	7.271,26
Décimo Cuarto Sueldo	1.377,07	1.920,00	1.995,84	2.077,67	2.162,85	2.251,53	2.343,84	2.439,94	2.539,98	2.644,12	2.752,53
Aporte Patronal IESS	6.290,93	7.394,98	7.687,08	8.002,25	8.330,34	8.671,88	9.027,43	9.397,56	9.782,86	10.183,95	10.601,49
Fondo Reserva IESS	4.332,15	5.072,00	5.272,34	5.488,51	5.713,54	5.947,79	6.191,65	6.445,51	6.709,78	6.984,88	7.271,26
Vacaciones	1.913,00	2.536,00	2.636,17	2.744,26	2.856,77	2.973,90	3.095,83	3.222,76	3.354,89	3.492,44	3.635,63
Comisiones	2.898,47	7.247,63	8.610,19	10.253,93	12.224,00	14.587,91	17.427,71	20.843,19	24.955,92	29.914,11	35.898,69

Gastos Administrativos	22.649,05	37.759,91	48.699,30	60.753,29	70.168,91	74.856,64	78.309,63	79.841,28	81.413,18	83.026,98	84.284,39
Mantenim y Reparación Vehículo	936,80	972,87	1.011,30	1.052,76	1.095,92	1.140,85	1.187,63	1.236,32	1.287,01	1.339,78	1.394,71
Honorarios	565,22	282,61	293,77	305,82	318,36	331,41	345,00	359,14	373,87	389,19	405,15
Consultoría estructura adm. Organ		800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consultoría definición plaza y precio		100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web, e-mailing		800,00	100,00	104,10	108,37	112,81	117,44	122,25	127,26	132,48	137,91
Uniformes		975,00	1.013,51	1.055,07	1.098,32	1.143,36	1.190,23	1.239,03	1.289,83	1.342,72	1.397,77
Combustible y Lubricantes	1.204,12	1.250,48	1.299,87	1.353,17	1.408,65	1.466,40	1.526,52	1.589,11	1.654,27	1.722,09	1.792,70
Materiales de Oficina Y Papelería	646,25	387,75	403,07	419,59	436,80	454,70	473,35	492,75	512,96	533,99	555,88
Gastos Varios	2.132,33	1.066,17	1.108,28	1.153,72	1.201,02	1.250,26	1.301,52	1.354,89	1.410,44	1.468,26	1.528,46
Mantenimiento de Oficina	240,00	249,24	259,08	269,71	280,77	292,28	304,26	316,73	329,72	343,24	357,31
Arriendos	3.600,00	3.738,60	3.886,27	4.045,61	4.211,48	4.384,15	4.563,90	4.751,02	4.945,82	5.148,59	5.359,69
Guardianía y Seguridad	810,10	841,29	874,52	910,38	947,70	986,56	1.027,00	1.069,11	1.112,95	1.158,58	1.206,08
Publicidad y Propaganda Dístico	865,00	1.139,66	1.184,68	1.233,25	1.283,81	1.336,45	1.391,25	1.448,29	1.507,67	1.569,48	1.633,83
Material POP		2.220,00	2.307,69	2.402,31	2.500,80	2.603,33	2.710,07	2.821,18	2.936,85	3.057,26	3.182,61
Suscripciones y Capacitaciones	730,00	1.258,11	1.307,80	1.361,42	1.417,24	1.475,34	1.535,83	1.598,80	1.664,35	1.732,59	1.803,63
Uniformes	404,63	975,00	1.013,51	1.055,07	1.098,32	1.143,36	1.190,23	1.239,03	1.289,83	1.342,72	1.397,77
Carnés		195,00	202,70	211,01	219,66	228,67	238,05	247,81	257,97	268,54	279,55
Supervisión empleados		240,00	249,48	259,71	270,36	281,44	292,98	304,99	317,50	330,51	344,07
Muebles		340,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Cafetería	888,25	444,13	461,67	480,60	500,30	520,81	542,17	564,40	587,54	611,62	636,70
Seguros Equipos	1.308,32	1.358,69	1.412,36	1.470,27	1.530,55	1.593,30	1.658,62	1.726,63	1.797,42	1.871,11	1.947,83
Luz, Agua, Teléfono	976,78	586,07	609,22	634,20	660,20	687,27	715,44	744,78	775,31	807,10	840,19
Internet	799,00	829,76	862,54	897,90	934,72	973,04	1.012,93	1.054,46	1.097,70	1.142,70	1.189,55
Celulares (Plan Corporativo)	232,91	241,88	251,43	261,74	272,47	283,64	295,27	307,38	319,98	333,10	346,76
Depreciación Vehículos	4.763,56	10.799,01	18.794,45	26.789,90	34.785,34	38.017,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23
Depreciación Muebles y Enseres	400,00	950,00	1.500,00	2.050,00	2.600,00	3.150,00	3.700,00	4.250,00	4.800,00	5.350,00	5.500,00
Depreciación de Equipos Comp	891,00	4.454,03	8.017,05	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70
Cámara de Comercio	254,78	264,59	275,04	286,32	298,06	310,28	323,00	336,24	350,03	364,38	379,32
TOTAL GASTOS	114.036,06	144.163,38	160.381,99	178.305,68	194.090,61	205.721,87	216.782,02	226.691,98	237.542,91	249.493,03	262.333,65

Utilidad Operacional	12.898,94	6.238,42	18.166,08	34.169,67	59.013,45	96.091,41	143.495,49	203.840,27	277.511,75	367.369,65	477.303,49
Gastos Financieros	0,00	1.520,00	1.295,45	1.036,77	738,77	395,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de Participación	12.898,94	4.718,42	16.870,63	33.132,90	58.274,68	95.695,94	143.495,49	203.840,27	277.511,75	367.369,65	477.303,49
15% Participación Trabajadores	1.934,84	707,76	2.530,59	4.969,93	8.741,20	14.354,39	21.524,32	30.576,04	41.626,76	55.105,45	71.595,52
Utilidad antes de Impuestos	10.964,10	4.010,66	14.340,04	28.162,96	49.533,48	81.341,55	121.971,16	173.264,23	235.884,98	312.264,20	405.707,97
25% Impuesto a la Renta	2.741,02	1.002,66	3.585,01	7.040,74	12.383,37	20.335,39	30.492,79	43.316,06	58.971,25	78.066,05	101.426,99
Utilidad Neta	8.223,07	3.007,99	10.755,03	21.122,22	37.150,11	61.006,16	91.478,37	129.948,17	176.913,74	234.198,15	304.280,98
Reserva Legal (10%)	822,31	300,80	1.075,50	2.112,22	3.715,01	6.100,62	9.147,84	12.994,82	17.691,37	23.419,82	30.428,10
UTILIDAD NETA DISPONIBLE PARA REPARTO ACCIONISTAS	7.400,77	2.707,20	9.679,52	19.010,00	33.435,10	54.905,54	82.330,54	116.953,36	159.222,36	210.778,34	273.852,88

Elaborado por:

Autora de la Tesis

5.6 BALANCE DE SITUACIÓN

Se presenta este estado o llamado también Balance General para reflejar la situación financiera del ente económico a una fecha determinada. Por obvias razones, se presenta este estado con corte al 31 de diciembre del 2009 (ver anexo N° 3) y al igual que el Estado de Pérdidas y Ganancias se lo proyecta a diez años para de esta manera evaluar el comportamiento de las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio

En virtud del cuadro que se presenta a continuación, se puede establecer que el Activo Circulante, compuesto por la cuenta Caja – Bancos, que tiene su origen en el saldo final del Flujo de Caja, presenta un notorio incremento a partir del año cinco, debido a que el préstamo bancario es cancelado en su totalidad.

El Activo Fijo se encuentra representado por equipos de computación, muebles y enseres, y vehículos. Los equipos de computación requieren de un incremento de \$4.500 en el año uno, el mismo que es cancelado con recursos provenientes de la utilidad neta para repartir a los accionistas. Los muebles y enseres también tienen un incremento en el año uno por un valor de \$340 que son cancelados de la misma manera. En cuanto a los vehículos, la empresa planea adquirir uno nuevo en el año dos manteniendo el mismo comportamiento de pago. Como es reglamentado por las leyes cada uno de los activos es depreciado de acuerdo a los porcentajes vigentes (ver anexo N° 4).

Como contraparte de la ecuación contable, se presenta al Pasivo, que está compuesto por el Pasivo Circulante en el cual se desglosa todas las obligaciones que tiene Asinfo con terceros.

Por último se tiene, el Patrimonio, entre las cuentas tenemos al Capital Social, Reserva Legal (10%) y las utilidades del ejercicio en curso y de los períodos anteriores.

CUADRO N° 67

BALANCE GENERAL PROYECTADO

DETALLE	Año 2009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVOS											
Activo Circulante											
Caja y Bancos	18.060,82	12.898,94	18.362,25	11.271,24	23.036,11	49.303,59	97.652,91	177.407,94	293.687,63	454.665,01	670.282,64
Total Activo Circulante	18.060,82	12.898,94	18.362,25	11.271,24	23.036,11	49.303,59	97.652,91	177.407,94	293.687,63	454.665,01	670.282,64
Activo Fijo											
Equipos de Computación	6.189,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70
Deprec. Acum. Equipos											
Comput.	-3.647,42	4.454,03	8.017,05	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70
Muebles y Enseres	5.160,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00
Deprec. Acum. Muebles y Enseres	-1.998,00	950,00	1.500,00	2.050,00	2.600,00	3.150,00	3.700,00	4.250,00	4.800,00	5.350,00	5.500,00
Vehículos	30.177,23	30.177,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23
Deprec. Acum. Vehículos	-14.732,28	10.799,01	18.794,45	26.789,90	34.785,34	38.017,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23
Total Activo Fijo	21.149,24	62.569,96	84.478,44	95.696,53	104.241,97	108.023,86	110.533,86	111.083,86	111.633,86	112.183,86	112.333,86
Otros Activos											
Gastos de Constitución	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92	458,92
Amort. Gastos Constitución	-229,45	275,34	302,88	333,16	366,48	403,13	443,44	458,92	458,92	458,92	458,92
Seguros Prepagados	1.099,00	1.141,31	1.186,39	1.235,04	1.285,67	1.338,38	1.393,26	1.450,38	1.509,85	1.571,75	1.636,19
Publicidad Prepagada	214,09	222,33	231,11	240,59	250,45	260,72	271,41	282,54	294,12	306,18	318,74
Total Otros Activos	1.542,56	2.097,91	2.179,30	2.267,71	2.361,53	2.461,16	2.567,03	2.650,76	2.721,81	2.795,78	2.872,77
TOTAL ACTIVOS	40.752,62	77.566,81	105.019,99	109.235,48	129.639,62	159.788,61	210.753,81	291.142,56	408.043,30	569.644,64	785.489,27

PASIVOS											
Pasivo Circulante											
Consumo Celular por Pagar	359,00	616,25	640,59	666,85	694,19	722,66	752,29	783,13	815,24	848,66	883,46
Proveedores General	4.692,00	4.872,64	5.065,11	5.272,78	5.488,96	5.714,01	5.948,29	6.192,17	6.446,05	6.710,33	6.985,46
Préstamo Accionistas	669,91	535,93	428,74	342,99	274,40	219,52	175,61	140,49	112,39	89,91	71,93
Sueldos por Pagar	6.361,11	5.072,00	5.272,34	5.488,51	5.713,54	5.947,79	6.191,65	6.445,51	6.709,78	6.984,88	7.271,26
Beneficios Sociales por Pagar	684,63	1.216,67	1.264,73	1.316,58	1.370,56	1.426,75	1.485,25	1.546,14	1.609,54	1.675,53	1.744,22
Aporte IESS por pagar	0,00	616,25	640,59	666,85	694,19	722,66	752,29	783,13	815,24	848,66	883,46
SRI por Pagar	401,38	416,83	433,30	451,06	469,56	488,81	508,85	529,71	551,43	574,04	597,58
Obligaciones Bancarias	0,00	1.477,29	1.701,84	1.960,52	2.258,52	2.601,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Anticipos Clientes	798,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Pasivo Corriente	13.966,03	14.823,86	15.447,24	16.166,16	16.963,93	17.844,01	15.814,22	16.420,28	17.059,66	17.732,02	18.437,36
Pasivo Largo Plazo	0,00	8.522,71	6.820,86	4.860,34	2.601,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVOS	13.966,03	23.346,57	22.268,11	21.026,50	19.565,74	17.844,01	15.814,22	16.420,28	17.059,66	17.732,02	18.437,36
PATRIMONIO											
Capital Social	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21	17.741,21
Reserva Legal	822,31	300,80	1.075,50	2.112,22	3.715,01	6.100,62	9.147,84	12.994,82	17.691,37	23.419,82	30.428,10
Otras Reservas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Retenida	0,00	33.170,24	53.180,15	47.233,33	51.467,54	57.096,61	76.572,16	114.038,08	178.637,32	276.553,45	414.601,62
Resultado del Ejercicio	8.223,07	3.007,99	10.755,03	21.122,22	37.150,11	61.006,16	91.478,37	129.948,17	176.913,74	234.198,15	304.280,98
TOTAL PATRIMONIO	26.786,59	54.220,24	82.751,89	88.208,98	110.073,87	141.944,59	194.939,58	274.722,28	390.983,64	551.912,62	767.051,91
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	40.752,62	77.566,81	105.019,99	109.235,48	129.639,62	159.788,61	210.753,81	291.142,56	408.043,30	569.644,64	785.489,27

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

5.7 FLUJO DE CAJA

Sin lugar a dudas, el principal indicador de la salud del negocio es el efectivo disponible. Este vital elemento refleja su trascendencia en el estado de ánimo de los dueños, de los empleados, de los proveedores y clientes. Para complementar esta aseveración se hace referencia al siguiente concepto: “el Flujo de Caja Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, (presupuesto de caja o presupuesto financiero) que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa”²⁶

Los ingresos operacionales que tiene la empresa Asinfo, están basados en la venta de sus servicios, mientras que los ingresos no operacionales están basados en el aporte de capital propio y del préstamo bancario.

Como gastos operacionales se considera a los gastos administrativos, gastos técnicos y gastos de venta. Mientras que los gastos no operacionales se pueden considerar a pago de intereses, pago de impuestos, pago de créditos a largo plazo, pago participación utilidades a empleados (15%) y pago Impuesto a la Renta (25%).

²⁶www.google.com.ec/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=1&ved=0CAkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.capig.org.ec

CUADRO N° 68											
FLUJO DE CAJA PROYECTADO (EXPRESADO EN DÓLARES)											
DETALLE	Año 2009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
(A) INGRESOS OPERACIONALES	126.935,00	144.952,58	172.203,87	205.078,53	244.479,95	291.758,26	348.554,16	416.863,77	499.118,30	598.282,16	717.973,74
Recuperación por Ventas	126.935,00	144.952,58	172.203,87	205.078,53	244.479,95	291.758,26	348.554,16	416.863,77	499.118,30	598.282,16	717.973,74
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(B) EGRESOS OPERACIONALES	114.036,06	144.163,38	160.381,99	178.305,68	194.090,61	205.721,87	216.782,02	226.691,98	237.542,91	249.493,03	262.333,65
Gastos Administrativos	60.721,05	82.646,95	96.435,66	111.737,56	124.793,19	133.583,25	141.685,72	148.516,73	156.162,48	164.776,00	174.143,22
Gastos Técnicos	27.435,35	33.457,25	34.778,81	36.204,74	37.689,14	39.234,39	40.843,00	42.517,57	44.260,79	46.075,48	47.964,57
Gastos de Ventas	25.879,67	28.059,18	29.167,51	30.363,38	31.608,28	32.904,22	34.253,29	35.657,68	37.119,64	38.641,55	40.225,85
(C) FLUJO DE CAJA OPERACIONAL (A-B)	12.898,94	789,21	11.821,88	26.772,84	50.389,34	86.036,39	131.772,14	190.171,79	261.575,39	348.789,13	455.640,09
(D) INGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	14.221,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos contraerse corto y mediano plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos a contraerse a largo plazo	0,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de Capital	0,00	4.221,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(E) EGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	9.547,72	18.912,90	15.007,97	24.121,86	37.687,07	52.017,11	73.892,10	100.598,01	133.171,50	173.022,52
Pago de Intereses	0,00	1.520,00	1.295,45	1.036,77	738,77	395,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago Crédito a largo Plazo	0,00	1.477,29	1.701,84	1.960,52	2.258,52	2.601,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago partic. Utilidades a Empleados (15%)	0,00	707,76	2.530,59	4.969,93	8.741,20	14.354,39	21.524,32	30.576,04	41.626,76	55.105,45	71.595,52
Pago Impuesto a la Renta (25%)	0,00	1.002,66	3.585,01	7.040,74	12.383,37	20.335,39	30.492,79	43.316,06	58.971,25	78.066,05	101.426,99
(-) Depreciaciones	5.654,56	15.253,03	26.811,51	37.479,60	45.475,04	48.706,93	50.666,93	50.666,93	50.666,93	50.666,93	50.666,93
Reparto de Utilidades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Adquisición de Activos Fijos	0,00	4.840,00	9.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(F) FLUJO NO OPERACIONAL GENER (D-E)	0,00	4.674,11	-18.912,90	-15.007,97	-24.121,86	-37.687,07	-52.017,11	-73.892,10	-100.598,01	-133.171,50	-173.022,52
(G) FLUJO NETO GENERADO (C+F)	12.898,94	5.463,31	-7.091,01	11.764,87	26.267,48	48.349,32	79.755,03	116.279,69	160.977,38	215.617,63	282.617,57
(H) SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	12.898,94	18.362,25	11.271,24	23.036,11	49.303,59	97.652,91	177.407,94	293.687,63	454.665,01	670.282,64
(I) SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	12.898,94	18.362,25	11.271,24	23.036,11	49.303,59	97.652,91	177.407,94	293.687,63	454.665,01	670.282,64	952.900,21

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

5.8 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de equilibrio es el volumen mínimo de servicios vendidos que se requiere lograr para que los ingresos por ventas sean iguales a sus gastos para producir esas ventas. Cabe resaltar que si se logra ese nivel de ventas, la empresa Asinfo no pierde ni se gana dinero. De esta forma, el punto de equilibrio, para un período determinado, puede ser calculado a partir del flujo de caja del negocio para ese período.

El mecanismo ideal para calcular el punto de equilibrio, basado en que la empresa vende diferentes servicios, consiste en la aplicación del método para varias líneas de productos o servicios, para lo cual se aplica la participación ponderada de cada una de las líneas de negocio.

En este caso en específico, la empresa vende cinco unidades de negocio que son: servicio de mantenimiento, servicio de actualización, y tres sistemas (Syscont, Sidecom y Sipro); se considera que son unidades homogéneas por lo cual se puede calcular el punto de equilibrio unitario conociendo el porcentaje de ventas de cada uno de los servicios descritos anteriormente respecto del total de unidades vendidas o del valor de ventas totales.

CUADRO N° 69						
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA VARIAS LÍNEAS DE PRODUCTOS						
LÍNEA DE PRODUCTOS	% PARTIC	PRECIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN CONTRIB	MARGEN CONTRIB PONDERADO	PUNTO EQUILIBRIO LÍNEA
AÑO 1						
Servicio Mantenim	18%	36,35	21,81	14,54	2,58	25.544,59
Servicio Actualización	10%	155,78	93,47	62,31	6,12	14.154,94
Syscont (41%)	29%	1038,50	623,10	415,40	122,07	42.365,28
Sidecom (34%)	25%	1765,45	1059,27	706,18	176,40	36.010,48
Sipro (25%)	18%	1350,05	810,03	540,02	97,72	26.088,09
	100%				404,89	144.163,38
Gasto / M. Contrib Pond		144.163,38				
AÑO 2						
Servicio Mantenim	19%	37,78	22,67	15,11	2,81	26.841,24
Servicio Actualización	10%	161,93	97,16	64,77	6,68	14.873,45
Syscont (41%)	29%	1079,52	647,71	431,81	124,45	41.548,03
Sidecom (34%)	24%	1835,19	1101,11	734,07	179,83	35.315,82
Sipro (25%)	18%	1403,38	842,03	561,35	99,62	25.584,84
	100%				413,39	160.381,99
Gasto / M. Contrib Pond		160.381,99				
AÑO 3						
Servicio Mantenim	20%	39,33	23,60	15,73	3,07	34.849,08
Servicio Actualización	11%	168,57	101,14	67,43	7,30	19.310,81
Syscont (41%)	28%	1123,78	674,27	449,51	126,93	50.347,28
Sidecom (34%)	24%	1910,43	1146,26	764,17	183,41	42.795,19
Sipro (25%)	17%	1460,92	876,55	584,37	101,61	31.003,33
	100%				422,32	178.305,68
Gasto / M. Contrib Pond		178.305,68				
AÑO 4						
Servicio Mantenim	20%	40,94	24,57	16,38	3,36	39.780,67
Servicio Actualización	11%	175,48	105,29	70,19	7,97	22.043,53
Syscont (41%)	28%	1169,86	701,91	467,94	129,32	53.640,59
Sidecom (34%)	23%	1988,76	1193,25	795,50	186,87	45.594,50
Sipro (25%)	17%	1520,81	912,49	608,33	103,53	33.031,31
	100%				431,06	194.090,61
Gasto / M. Contrib Pond		194.090,61				
AÑO 5						
Servicio Mantenim	21%	42,62	25,57	17,05	3,66	44.171,36
Servicio Actualización	12%	182,67	109,60	73,07	8,69	24.476,53
Syscont (41%)	27%	1217,82	730,69	487,13	131,63	55.590,30
Sidecom (34%)	23%	2070,29	1242,18	828,12	190,21	47.251,75
Sipro (25%)	17%	1583,17	949,90	633,27	105,37	34.231,92
	100%				439,57	205.721,87
Gasto / M. Contrib Pond		205.721,87				

AÑO 6						
Servicio Mantenim	22%	44,37	26,62	17,75	3,99	48.709,85
Servicio Actualización	12%	190,16	114,10	76,07	9,47	26.991,43
Syscont (41%)	26%	1267,75	760,65	507,10	133,84	57.215,24
Sidecom (34%)	22%	2155,18	1293,11	862,07	193,40	48.632,96
Sipro (25%)	16%	1648,08	988,85	659,23	107,14	35.232,54
	100%				447,84	216.782,02
Gasto / M. Contrib Pond		216.782,02				
AÑO 7						
Servicio Mantenim	23%	46,19	27,71	18,48	4,34	53.246,75
Servicio Actualización	13%	197,96	118,78	79,18	10,31	29.505,45
Syscont (41%)	26%	1319,73	791,84	527,89	135,94	58.374,73
Sidecom (34%)	22%	2243,54	1346,12	897,42	196,43	49.618,52
Sipro (25%)	16%	1715,65	1029,39	686,26	108,82	35.946,54
	100%				455,83	226.691,98
Gasto / M. Contrib Pond		226.691,98				
AÑO 8						
Servicio Mantenim	25%	48,08	28,85	19,23	4,72	58.261,73
Servicio Actualización	14%	206,08	123,65	82,43	11,20	32.284,38
Syscont (41%)	25%	1373,84	824,30	549,54	137,91	59.614,50
Sidecom (34%)	21%	2335,52	1401,31	934,21	199,28	50.672,33
Sipro (25%)	15%	1785,99	1071,59	714,40	110,40	36.709,98
	100%				463,52	237.542,91
Gasto / M. Contrib Pond		237.542,91				
AÑO 9						
Servicio Mantenim	26%	50,06	30,03	20,02	5,12	63.825,83
Servicio Actualización	14%	214,52	128,71	85,81	12,16	35.367,60
Syscont (41%)	24%	1430,16	858,10	572,07	139,76	60.953,95
Sidecom (34%)	21%	2431,28	1458,77	972,51	201,96	51.810,85
Sipro (25%)	15%	1859,21	1115,53	743,69	111,88	37.534,80
	100%				470,89	249.493,03
Gasto / M. Contrib Pond		249.493,03				
AÑO 10						
Servicio Mantenim	27%	52,11	31,26	20,84	5,56	69.918,78
Servicio Actualización	15%	223,32	133,99	89,33	13,19	38.743,86
Syscont (41%)	24%	1488,80	893,28	595,52	141,47	62.321,22
Sidecom (34%)	20%	2530,96	1518,58	1012,39	204,43	52.973,04
Sipro (25%)	15%	1935,44	1161,27	774,18	113,25	38.376,75
	100%				477,91	262.333,65
Gasto / M. Contrib Pond		262.333,65				

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

Se puede juzgar que este aspecto de la investigación se convertirá en el factor más importante para la toma de decisiones, debido a que en este caso se podrá determinar los indicadores más importantes que podrán responder a la siguiente interrogante:

¿Es recomendable o no la aplicación de la propuesta?

Para poder responder esta incógnita se presenta el Flujo de caja Descontado, en el cual se puede advertir el Valor Actual Neto (VAN), la relación Beneficio Costo y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

5.10 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al período actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo.

El resultado de esta aplicación según el Flujo de Caja Descontado comprueba que el VAN para este modelo de mejoramiento es de \$24.339, lo que determina que si es recomendable la realización del mismo.

5.11 BENEFICIO - COSTO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a la empresa. El resultado de esta operación generó un resultado de 1,71, lo que comprueba que es rentable.

5.12 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR), es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

La tasa de descuento considerada para este tema de investigación oscila entre 11% a 12%. El resultado del cálculo de la TIR arrojó un valor de 33,29% lo que asegura la rentabilidad del proyecto, puesto que es superior a la tasa de descuento fijada para las proyecciones.

Como una herramienta adicional para medir la aplicabilidad del modelo se realizó el cálculo de los indicadores financieros. (Ver anexo N° 5).

CUADRO N° 70											
FLUJO DE CAJA CORRIENTE Y DESCANTADO											
	Invers Inic	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Inversión	14.221,83										
Total Ingresos		144.952,58	172.203,87	205.078,53	244.479,95	291.758,26	348.554,16	416.863,77	499.118,30	598.282,16	717.973,74
TOTAL INGRESOS	14.221,83	144.952,58	172.203,87	205.078,53	244.479,95	291.758,26	348.554,16	416.863,77	499.118,30	598.282,16	717.973,74
TOTAL EGRESOS		153.711,10	179.294,88	193.313,65	218.212,47	243.408,94	268.799,13	300.584,08	338.140,92	382.664,53	435.356,17
SALDO FINAL	-14.221,83	-8.758,52	-7.091,01	11.764,87	26.267,48	48.349,32	79.755,03	116.279,69	160.977,38	215.617,63	282.617,57

ÍNDICES DE EVALUACIÓN											
CONCEPTO	Invers Inic	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
FLUJOS DE FONDOS NOMINALES	-14.221,83	-8.758,52	-7.091,01	11.764,87	26.267,48	48.349,32	79.755,03	116.279,69	160.977,38	215.617,63	282.617,57
TASA DE DESCUENTO APLICABLE:Ke		0,11	0,11	0,12	0,12	0,12	0,13	0,13	0,13	0,14	0,14
FACTOR DE VALOR ACTUAL:1/(1+Ke)^i		0,90	0,81	0,72	0,64	0,56	0,55	0,54	0,53	0,53	0,52
FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS		-7.899,45	-5.729,86	8.445,37	16.696,70	27.048,24	43.954,37	63.095,34	85.951,44	113.215,05	145.840,59
FNCi ACTUALIZADOS Y ACUMULADOS		-7.899,45	-13.629,31	-5.183,94	11.512,76	38.561,00	82.515,37	145.610,72	231.562,16	344.777,21	490.617,80
Σ DE FNCi ACTUALIZADOS		490.617,80									
Σ DE FNCi ACTUALIZADOS (1 - 5 años)		38.561,00									
MONTO DE LA INVERSIÓN INICIAL		-14.221,83									

VALOR ACTUAL NETO	24.339
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)	1,71
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	33,29%

Elaborado por:	Autora de la Tesis
----------------	--------------------

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y **RECOMENDACIONES**

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- ✚ La empresa ASINFO S.C. presenta una estructura organizacional desarrollada de manera empírica, la misma que le ha generado un nivel de competitividad inadecuado desembocando en una baja participación de mercado y por ende en resultados económicos poco alentadores para la misma.
- ✚ Las principales fortalezas que presenta la empresa son: Precios de los servicios (sistemas) más bajos que la mayoría de competidores; Servicios atractivos e innovadores; Rápida adaptación a las exigencias del cliente; y servicios de calidad. En referencia a las debilidades se pudo encontrar las siguientes: Administración empírica; Fuerza de ventas orientado a la venta y no al servicio; Mala atención al cliente; Deficiencia en los Sistemas de comunicación Interna; y No cuenta con manuales de procedimiento.
- ✚ Las variables que proporcionan a la empresa ASINFO S.C. un escenario de posible desarrollo, siempre y cuando sean aprovechadas, son las que se presentan a continuación: Crecimiento del mercado, Pocas empresas conocidas y de prestigio, Actualización permanente de nuevas tecnologías; y Clientes identificados con la empresa. En contraposición se puede determinar que las variables más importantes que podrían desestabilizar a la empresa son: Ingreso de nuevos competidores, Alta sensibilidad de los clientes ante el incremento de precios; y Desconocimiento de algunos aspectos de la Competencia.
- ✚ Luego de haber realizado la Matriz de Evaluación de Factores Externos, se ha demostrado que existen muchas oportunidades para ser aprovechadas por la organización. Esta aseveración es demostrable mediante la calificación ponderada que se obtuvo la misma que alcanza un valor de 2,81, lo que determina en escenario positivo para el desarrollo de la organización.

✚ Mediante la elaboración de la matriz de Evaluación Interna se puede determinar que la empresa ASINFO S.C., está por debajo del promedio aceptado, puesto que se obtuvo una calificación ponderada de 1,97 lo que significa que al interior de la organización las debilidades tienen mayor influencia que las fortalezas.

✚ En el estudio de mercado y más específicamente en las encuestas aplicadas a los clientes actuales de Asinfo se encontraron las siguientes evidencias que de alguna manera alerta a la empresa debido a la calificación que proporcionan los encuestados, siendo las siguientes:

- a. imagen: oscila entre 3 (40,9%) y 4 (54,5%)
- b. seguridad y confiabilidad: el 60% califica con un valor de 3
- c. servicio, antes, durante y después de la venta: oscila entre 3 (45,5%) y 4 (36,4%)
- d. diseño: oscila entre 3 (31,8%) y 4 54.5%)
- e. calidad: oscila entre 3 (36,45%) y 4 (50%)
- f. precio: oscila entre 3 (51,6%) y 4 (43%)

Estas evaluaciones determinan que la empresa tiene una calificación media.

✚ En referencia a los servicios y sistemas ofertados por la organización, se analizó algunos factores como es el caso de: presentación, diseño, funcionamiento, complejidad, cumplimiento de especificaciones técnicas ofrecidas, manuales de funcionamiento y nivel de tecnología aplicada en los sistemas, determinando que la percepción que tienen los clientes se encuentra en un nivel medio por lo que se puede concluir que los problemas por los que atraviesa Asinfo provienen de estos factores entre otros.

✚ Asinfo tiene que potenciar su imagen externa y procurar definir los errores que comete en la prestación de los servicios, además conocer más de cerca a sus clientes y a sus competidores.

✚ La realización del análisis financiero y más específicamente, la determinación del Valor Actual Neto (\$24.339), la Relación Beneficio – Costo (1,71), de la Tasa Interna de Retorno (33,29%), permitió establecer la factibilidad de la aplicación de la propuesta.

6.2 RECOMENDACIONES

-  Toda empresa debería establecer una estructura administrativa y organizacional capaz de sostener todos los procesos actuales y futuros que se pretendan implementar, ya que así de esta manera podrá alcanzar niveles de eficiencia y eficacia más alentadores.

-  La empresa Asinfo deberá interpretar adecuadamente sus fortalezas y debilidades y derivado de esto, establecer un verdadero modelo de mejoramiento de su servicio al cliente, ya que solo así podrá mantenerse en el mercado y /o mejorar su participación en el mismo.

-  Se exhorta a la organización a la búsqueda de los mecanismos que permitan la aplicación del modelo propuesto, debido a la gran oportunidad de desarrollo que le presenta el entorno, sin embargo no puede perder de vista sus amenazas que son factores influenciadores del medio en el que se desenvuelve

-  Se recomienda que la empresa potencie sus fortalezas y corrija los mecanismos que eviten el fuerte impacto que pueden generar sus amenazas y lo que es más importante, cultive las oportunidades que proporciona el entorno. De este modo se obtendrá mayor número de clientes que se sientan identificados con la empresa y se dará a conocer en el mercado empresarial, logrando así incrementar sus ventas y obtener mayor utilidad.

-  Para poder corregir la calificación ponderada de la Matriz de Evaluación Interna, la organización debe corregir las debilidades mediante la estructuración del proceso para mejorar la calidad de la prestación del servicio al cliente, para poder en un futuro ubicarse como una empresa competitiva, y acceder a mejores oportunidades en cuanto a la obtención de nuevos clientes e inclusive poder competir con las empresas más grandes y reconocidas a nivel nacional y poder

tener una visión más amplia de competir a nivel internacional con empresas líderes en el mercado de sistemas informáticos.

- ✚ A pesar de que las encuestas no arrojan resultados desalentadores, es menester que la empresa Asesores Informáticos (Asinfo) procure la implementación inmediata de estrategias que permitirán mejorar la percepción que tiene el mercado de su imagen corporativa.
- ✚ Al igual que el párrafo anterior, se recomienda iniciar acciones inmediatas que permitan corregir la calificación que le asignan los clientes a la empresa, y el mecanismo para lograr este objetivo consiste en la búsqueda de un camino diferente y diferenciador.
- ✚ Se invita a los accionistas de Asinfo para que acepten el modelo propuesto y lo aplique de manera urgente y con responsabilidad, incluyendo a todos los ejecutivos y operativos de la institución. Esta ejecución permitirá mejorar sus condiciones tanto cualitativas como cuantitativas.

6.3 BIBLIOGRAFIA

- STONER, James, Administración, Prentice Hall, México, 2005
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración en los nuevos tiempos, McGraw-Hill, Bogotá, 2004
- SERNA GOMEZ, Humberto, Planeación y Gestión Estratégica, Editorial Norma, Colombia, 2006
- RODRIGUEZ VALENCIA, Joaquín, Cómo aplicar la Planeación Estratégica a la pequeña y mediana empresa, Thompson Editores, México, 2005
- KOTLER, Philip, Fundamentos de Marketing, Ed. Pearson, México, 2004
- LAMBIN, Jean Jacques, Marketing Estratégico, McGraw-Hill, México, 2006
- McDANIEL, Carl, Investigación de Mercados, Thompson, México, 2006
- JANY; José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, McGraw-Hill, 2004
- Boletín Informativo Banco Central del Ecuador
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=prevision_pib
- http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_interes.html
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_desempleo.html
- <http://ofertasempleo.net/general/concepto-tasa-de-migracion>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>
- http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html
- <http://www.gabilos.com/ComoSeHace/FormasJuridicas/textoSociedadCivil.htm>

- <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>
- LOUDON, David. Comportamiento del Consumidor. Ed. MacGraw-Hill, 2007, pag. 33
- <http://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Tama%C3%B1o_de_la_muestra
- SALVADOR, Manuel. Investigación de Mercados. Ed. MacGraw-Hill, 2008, pag. 167
- SALVADOR, Manuel. Investigación de Mercados. Ed. MacGraw-Hill, 2008, pag. 248

ANEXOS

6.4 ANEXOS

ANEXO N° 1

AÑO 1									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	800,00	9.600,00		240,00	800,00	1.166,40	800,00	400,00
1	Asistente Adm.	264,00	3.168,00		240,00	264,00	384,91	264,00	132,00
1	Contador Gral.	600,00	7.200,00		240,00	600,00	874,80	600,00	300,00
1	Asistente Cont.	400,00	4.800,00		240,00	400,00	583,20	400,00	200,00
1	Mensajero	240,00	2.880,00		240,00	240,00	349,92	240,00	120,00
1	Gerente Técnico	800,00	9.600,00		240,00	800,00	1.166,40	800,00	400,00
4	Técnicos	1.248,00	14.976,00		240,00	1.248,00	1.819,58	1.248,00	624,00
3	Vendedores	720,00	8.640,00	0,00	240,00	720,00	1.049,76	720,00	360,00
TOTAL		5.072,00	60.864,00	0,00	1.920,00	5.072,00	7.394,98	5.072,00	2.536,00

TOTAL	5.072,00	60.864,00
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	14.600,00	6.632,18	5.895,27	2.072,56
Aporte Patronal	7.394,98	3.359,23	2.985,98	1.049,76

AÑO 2									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	831,60	9.979,20		249,48	831,60	1.212,47	831,60	415,80
1	Asistente Adm.	274,43	3.293,14		249,48	274,43	400,12	274,43	137,21
1	Contador Gral.	623,70	7.484,40		249,48	623,70	909,35	623,70	311,85
1	Asistente Cont.	415,80	4.989,60		249,48	415,80	606,24	415,80	207,90
1	Mensajero	249,48	2.993,76		249,48	249,48	363,74	249,48	124,74
1	Gerente Técnico	831,60	9.979,20		249,48	831,60	1.212,47	831,60	415,80
4	Técnicos	1.297,30	15.567,55		249,48	1.297,30	1.891,46	1.297,30	648,65
3	Vendedores	748,44	8.981,28	0,00	249,48	748,44	1.091,23	748,44	374,22
	TOTAL	5.272,34	63.268,13	0,00	1.995,84	5.272,34	7.687,08	5.272,34	2.636,17

TOTAL	5.272,34	63.268,13
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	15.176,70	6.894,15	6.128,13	2.154,42
Aporte Patronal	7.687,08	3.491,92	3.103,93	1.091,23

AÑO 3									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	865,70	10.388,35		259,71	865,70	1.262,18	865,70	432,85
1	Asistente Adm.	285,68	3.428,15		259,71	285,68	416,52	285,68	142,84
1	Contador Gral.	649,27	7.791,26		259,71	649,27	946,64	649,27	324,64
1	Asistente Cont.	432,85	5.194,17		259,71	432,85	631,09	432,85	216,42
1	Mensajero	259,71	3.116,50		259,71	259,71	378,66	259,71	129,85
1	Gerente Técnico	865,70	10.388,35		259,71	865,70	1.262,18	865,70	432,85
4	Técnicos	1.350,49	16.205,82		259,71	1.350,49	1.969,01	1.350,49	675,24
3	Vendedores	779,13	9.349,51	0,00	259,71	779,13	1.135,97	779,13	389,56
	TOTAL	5.488,51	65.862,12	0,00	2.077,67	5.488,51	8.002,25	5.488,51	2.744,26

TOTAL	5.488,51	65.862,12
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	15.798,94	7.176,81	6.379,38	2.242,75
Aporte Patronal	8.002,25	3.635,09	3.231,19	1.135,97

AÑO 4									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	901,19	10.814,27		270,36	901,19	1.313,93	901,19	450,59
1	Asistente Adm.	297,39	3.568,71		270,36	297,39	433,60	297,39	148,70
1	Contador Gral.	675,89	8.110,70		270,36	675,89	985,45	675,89	337,95
1	Asistente Cont.	450,59	5.407,13		270,36	450,59	656,97	450,59	225,30
1	Mensajero	270,36	3.244,28		270,36	270,36	394,18	270,36	135,18
1	Gerente Técnico	901,19	10.814,27		270,36	901,19	1.313,93	901,19	450,59
4	Técnicos	1.405,86	16.870,26		270,36	1.405,86	2.049,74	1.405,86	702,93
3	Vendedores	811,07	9.732,84	0,00	270,36	811,07	1.182,54	811,07	405,54
	TOTAL	5.713,54	68.562,47	0,00	2.162,85	5.713,54	8.330,34	5.713,54	2.856,77

TOTAL	5.713,54	68.562,47
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	16.446,70	7.471,06	6.640,94	2.334,71
Aporte Patronal	8.330,34	3.784,13	3.363,67	1.182,54

AÑO 5									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	938,14	11.257,65		281,44	938,14	1.367,81	938,14	469,07
1	Asistente Adm.	309,59	3.715,03		281,44	309,59	451,38	309,59	154,79
1	Contador Gral.	703,60	8.443,24		281,44	703,60	1.025,85	703,60	351,80
1	Asistente Cont.	469,07	5.628,83		281,44	469,07	683,90	469,07	234,53
1	Mensajero	281,44	3.377,30		281,44	281,44	410,34	281,44	140,72
1	Gerente Técnico	938,14	11.257,65		281,44	938,14	1.367,81	938,14	469,07
4	Técnicos	1.463,50	17.561,94		281,44	1.463,50	2.133,78	1.463,50	731,75
3	Vendedores	844,32	10.131,89	0,00	281,44	844,32	1.231,02	844,32	422,16
	TOTAL	5.947,79	71.373,53	0,00	2.251,53	5.947,79	8.671,88	5.947,79	2.973,90

TOTAL	5.947,79	71.373,53
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	17.121,02	7.777,37	6.913,22	2.430,43
Aporte Patronal	8.671,88	3.939,28	3.501,58	1.231,02

AÑO 6									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	976,60	11.719,22		292,98	976,60	1.423,89	976,60	488,30
1	Asistente Adm.	322,28	3.867,34		292,98	322,28	469,88	322,28	161,14
1	Contador Gral.	732,45	8.789,41		292,98	732,45	1.067,91	732,45	366,23
1	Asistente Cont.	488,30	5.859,61		292,98	488,30	711,94	488,30	244,15
1	Mensajero	292,98	3.515,77		292,98	292,98	427,17	292,98	146,49
1	Gerente Técnico	976,60	11.719,22		292,98	976,60	1.423,89	976,60	488,30
4	Técnicos	1.523,50	18.281,98		292,98	1.523,50	2.221,26	1.523,50	761,75
3	Vendedores	878,94	10.547,30	0,00	292,98	878,94	1.281,50	878,94	439,47
	TOTAL	6.191,65	74.299,84	0,00	2.343,84	6.191,65	9.027,43	6.191,65	3.095,83

TOTAL	6.191,65	74.299,84
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	17.822,98	8.096,24	7.196,66	2.530,08
Aporte Patronal	9.027,43	4.100,79	3.645,15	1.281,50

AÑO 7									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	1.016,64	12.199,71		304,99	1.016,64	1.482,26	1.016,64	508,32
1	Asistente Adm.	335,49	4.025,90		304,99	335,49	489,15	335,49	167,75
1	Contador Gral.	762,48	9.149,78		304,99	762,48	1.111,70	762,48	381,24
1	Asistente Cont.	508,32	6.099,85		304,99	508,32	741,13	508,32	254,16
1	Mensajero	304,99	3.659,91		304,99	304,99	444,68	304,99	152,50
1	Gerente Técnico	1.016,64	12.199,71		304,99	1.016,64	1.482,26	1.016,64	508,32
4	Técnicos	1.585,96	19.031,54		304,99	1.585,96	2.312,33	1.585,96	792,98
3	Vendedores	914,98	10.979,74	0,00	304,99	914,98	1.334,04	914,98	457,49
	TOTAL	6.445,51	77.346,14	0,00	2.439,94	6.445,51	9.397,56	6.445,51	3.222,76

TOTAL	6.445,51	77.346,14
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	18.553,72	8.428,19	7.491,72	2.633,81
Aporte Patronal	9.397,56	4.268,92	3.794,60	1.334,04

AÑO 8									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	1.058,32	12.699,89		317,50	1.058,32	1.543,04	1.058,32	529,16
1	Asistente Adm.	349,25	4.190,97		317,50	349,25	509,20	349,25	174,62
1	Contador Gral.	793,74	9.524,92		317,50	793,74	1.157,28	793,74	396,87
1	Asistente Cont.	529,16	6.349,95		317,50	529,16	771,52	529,16	264,58
1	Mensajero	317,50	3.809,97		317,50	317,50	462,91	317,50	158,75
1	Gerente Técnico	1.058,32	12.699,89		317,50	1.058,32	1.543,04	1.058,32	529,16
4	Técnicos	1.650,99	19.811,83		317,50	1.650,99	2.407,14	1.650,99	825,49
3	Vendedores	952,49	11.429,90	0,00	317,50	952,49	1.388,73	952,49	476,25
	TOTAL	6.709,78	80.517,33	0,00	2.539,98	6.709,78	9.782,86	6.709,78	3.354,89

TOTAL	6.709,78	80.517,33
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	19.314,42	8.773,74	7.798,88	2.741,79
Aporte Patronal	9.782,86	4.443,95	3.950,18	1.388,73

AÑO 9									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	1.101,72	13.220,59		330,51	1.101,72	1.606,30	1.101,72	550,86
1	Asistente Adm.	363,57	4.362,79		330,51	363,57	530,08	363,57	181,78
1	Contador Gral.	826,29	9.915,44		330,51	826,29	1.204,73	826,29	413,14
1	Asistente Cont.	550,86	6.610,29		330,51	550,86	803,15	550,86	275,43
1	Mensajero	330,51	3.966,18		330,51	330,51	481,89	330,51	165,26
1	Gerente Técnico	1.101,72	13.220,59		330,51	1.101,72	1.606,30	1.101,72	550,86
4	Técnicos	1.718,68	20.624,12		330,51	1.718,68	2.505,83	1.718,68	859,34
3	Vendedores	991,54	11.898,53	0,00	330,51	991,54	1.445,67	991,54	495,77
	TOTAL	6.984,88	83.818,54	0,00	2.644,12	6.984,88	10.183,95	6.984,88	3.492,44

TOTAL	6.984,88	83.818,54
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	20.106,31	9.133,47	8.118,64	2.854,21
Aporte Patronal	10.183,95	4.626,15	4.112,13	1.445,67

AÑO 10									
#	CARGOS	SALARIO	SALARIO ANUAL	COMISIÓN	BONO ESCOLAR	BONO NAVIDEÑO	IESS	FONDOS RESERVA	VACACIÓN
1	Gerente Gral	1.146,89	13.762,63		344,07	1.146,89	1.672,16	1.146,89	573,44
1	Asistente Adm.	378,47	4.541,67		344,07	378,47	551,81	378,47	189,24
1	Contador Gral.	860,16	10.321,98		344,07	860,16	1.254,12	860,16	430,08
1	Asistente Cont.	573,44	6.881,32		344,07	573,44	836,08	573,44	286,72
1	Mensajero	344,07	4.128,79		344,07	344,07	501,65	344,07	172,03
1	Gerente Técnico	1.146,89	13.762,63		344,07	1.146,89	1.672,16	1.146,89	573,44
4	Técnicos	1.789,14	21.469,71		344,07	1.789,14	2.608,57	1.789,14	894,57
3	Vendedores	1.032,20	12.386,37	0,00	344,07	1.032,20	1.504,94	1.032,20	516,10
	TOTAL	7.271,26	87.255,10	0,00	2.752,53	7.271,26	10.601,49	7.271,26	3.635,63

TOTAL	7.271,26	87.255,10
--------------	-----------------	------------------

	TOTAL	Administr	Técnico	Ventas
Beneficios Sociales	20.930,67	9.507,94	8.451,50	2.971,23
Aporte Patronal	10.601,49	4.815,82	4.280,73	1.504,94

ANEXO N° 2

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S.C.C. DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009			
INGRESOS			
INGRESOS CORRIENTES			126.935,00
INGRESOS OPERACIONALES			
Servicios Mantenimiento		21.385,00	
Servicios Actualización		11.850,00	
Sistemas		93.700,00	
Syscont	38.000,00		
Sidecom	32.300,00		
Sipro	23.400,00		
TOTAL INGRESOS			
TOTAL COSTOS			
EGRESOS			
EGRESOS OPERACIONALES Y ADMINISTRATIVOS			
GASTOS DE VENTAS		18.141,49	
Compra de Equipos	9.274,90		
Materiales y Accesorios	3.706,89		
Servicio Técnico	1.235,00		
Servicios Web, Licencias	2.123,60		
Pasajes y Movilizaciones	1.139,24		
Consumo Celular	661,86		
GASTOS SUELDOS		73.245,52	
Remuneración Unificada	52.557,69		
Décimo Tercer Sueldo	3.876,21		
Décimo Cuarto Sueldo	1.377,07		
Aporte Patronal IESS	6.290,93		
Fondo Reserva IESS	4.332,15		
Vacaciones	1.913,00		
Comisiones	2.898,47		

GASTOS ADMINISTRATIVOS		22.649,05	
Mantenimiento y Reparación Vehículo	936,80		
Honorarios	565,22		
Combustible y Lubricantes	1.204,12		
Materiales de Oficina Y Papelería	646,25		
Gastos Varios	2.132,33		
Mantenimiento de Oficina	240,00		
Arriendos	3.600,00		
Guardianía y Seguridad	810,10		
Publicidad y Propaganda	865,00		
Suscripciones y Capacitaciones	730,00		
Uniformes	404,63		
Gastos Cafetería	888,25		
Seguros Equipos	1.308,32		
Luz, Agua, Teléfono	976,78		
Internet	799,00		
Celulares (Plan Corporativo)	232,91		
Depreciación Vehículos	4.763,56		
Depreciación muebles y enseres	400,00		
Depreciaciones equipos computación	891,00		
Cámara de Comercio	254,78		
TOTAL GASTOS			114.036,06
UTILIDAD / PÉRDIDA DEL EJERCICIO			12.898,94
15% Participación Trabajadores			1.934,84
Utilidad antes de Impuestos			10.964,10
25% Impuesto a la Renta			2.741,02
UTILIDAD NETA			8.223,07
Reserva Legal (10%)			822,31
UTILIDAD NETA DISPONIBLE REPARTO ACCIONISTAS			7.400,77

ANEXO N° 3

BALANCE DE SITUACIÓN ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S.C.C. AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009			
ACTIVOS			40.752,62
ACTIVOS CORRIENTES		18.060,82	
Caja - Bancos	18.060,82		
ACTIVOS FIJOS		21.149,24	
Equipos de Computación	6.189,70		
Deprec. Acum. Equipos Computación	-3.647,42		
Muebles y Enseres	5.160,00		
Deprec. Acum. Muebles y Enseres	-1.998,00		
Vehículos	30.177,23		
Deprec. Acum. Vehículos	-14.732,28		
OTROS ACTIVOS		1.542,56	
Gastos de Constitución	458,92		
Amort. Gastos Constitución	-229,45		
Seguros Prepagados	1.099,00		
Publicidad Prepagada	214,09		
TOTAL ACTIVOS			40.752,62
PASIVOS			13.966,03
PASIVOS CORRIENTES		13.966,03	
Consumo Celular por Pagar	359,00		
Proveedores General	4.692,00		
Préstamo Accionistas	669,91		
Sueldos por Pagar	6.361,11		
Aportes IESS por Pagar	684,63		
SRI por Pagar	401,38		
Anticipos Clientes	798,00		
TOTAL PASIVOS			13.966,03
CAPITAL Y PATRIMONIO			26.786,59
Capital Social		17.741,21	
Reserva Legal		822,31	
Otras Reservas		0,00	
Utilidad Retenida		0,00	
Resultado del Ejercicio		8.223,07	
TOTAL PATRIMONIO			26.786,59
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			40.752,62

ANEXO N° 4

DEPRECIACIONES											
DESCRIPCIÓN	2.009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Equipos de Computación	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70
Deprec. Acum. Equipos Comput.	891,00	2.954,03	5.017,05	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70	6.189,70
		4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
		1.500,00	3.000,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
TOTAL	5.298,70	6.235,67	2.672,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00
Deprec. Acum. Muebles y Enseres	400,00	916,00	1.432,00	1.948,00	2.464,00	2.980,00	3.496,00	4.012,00	4.528,00	5.044,00	5.160,00
		340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00
		34,00	68,00	102,00	136,00	170,00	204,00	238,00	272,00	306,00	340,00
TOTAL	4.760,00	4.550,00	4.000,00	3.450,00	2.900,00	2.350,00	1.800,00	1.250,00	700,00	150,00	0,00
Vehículos	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23
Deprec. Acum. Vehículos	4.763,56	10.799,01	16.834,45	22.869,90	28.905,34	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23	30.177,23
			9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00
			1.960,00	3.920,00	5.880,00	7.840,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00
TOTAL	25.413,67	19.378,22	21.182,78	13.187,33	5.191,89	1.960,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Activo Fijo	35.472,37	30.163,90	27.855,42	16.637,33	8.091,89	4.310,00	1.800,00	1.250,00	700,00	150,00	0,00

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Equipos de Computación	6.189,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70
Deprec. Acum. Equipos Comput.	891,00	4.454,03	8.017,05	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70	10.689,70
Muebles y Enseres	5.160,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00
Deprec. Acum. Muebles y Enseres	400,00	950,00	1.500,00	2.050,00	2.600,00	3.150,00	3.700,00	4.250,00	4.800,00	5.350,00	5.500,00
Vehículos	30.177,23	30.177,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23
Deprec. Acum. Vehículos	4.763,56	10.799,01	18.794,45	26.789,90	34.785,34	38.017,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23	39.977,23
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.526,93	46.366,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93	56.166,93
TOTAL DEPRECIACIONES	6.054,56	16.203,03	28.311,51	39.529,60	48.075,04	51.856,93	54.366,93	54.916,93	55.466,93	56.016,93	56.166,93

ANEXO N° 5

ÍNDICES FINANCIEROS												
DETALLE		Año 2009	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<u>Índices de Liquidez</u>												
Razón Circulante (AC / PC)	veces	1,29	0,87	1,19	0,70	1,36	2,76	6,18	10,80	17,22	25,64	36,35
Capital de Trabajo (AC - PC)	dólares	4.094,79	-1.924,92	2.915,01	-4.894,92	6.072,19	31.459,58	81.838,69	160.987,66	276.627,97	436.932,99	651.845,28
<u>Índice de Administración de Activos</u>												
Razón de Rotación de AC (Ventas / AC)	veces		11,66	9,72	18,85	10,99	6,12	3,69	2,43	1,75	1,36	1,10
Razón de Rotación de AF (Ventas / AF)	veces		2,40	2,11	2,22	2,43	2,79	3,26	3,88	4,61	5,50	6,58
Razón de Rotación de AT (Ventas / AT)	veces		1,94	1,70	1,95	1,95	1,89	1,71	1,48	1,26	1,08	0,94
<u>Índices de Administración de Deudas</u>												
Razón de Endeudamiento (DT / AT)	%	24,54%	10,99%	6,49%	4,45%	2,01%	---	---	---	---	---	---
<u>Índices de Rentabilidad</u>												
Margen de Utilidad (UN / Ventas)	%	6,48%	2,00%	6,02%	9,94%	14,68%	20,21%	25,39%	30,18%	34,35%	37,97%	41,14%
Rendimiento sobre Act. Total (ROI) (UN / AT)	%	20,18%	3,88%	10,24%	19,34%	28,66%	38,18%	43,41%	44,63%	43,36%	41,11%	38,74%
Rendimiento sobre Cap. Cont (ROE) (UN / Patr)	%	30,70%	5,55%	13,00%	23,95%	33,75%	42,98%	46,93%	47,30%	45,25%	42,43%	39,67%

ANEXO N° 6

FORMULARIO ORDEN SOPORTE

Asinfo Asesores Informáticos ordensoporte@asinfo.com.ec		Fax: (593 2) 224 5107 Telf : (593 2) 244 6002	
Cliente : Contact: Sistema:		Fecha: N° Orden soporte:	
Indique solamente un problema por documento			
Tipo de Llamado	Situación del Sistema	Documentación anexa	Problema Reproducible
☐ Error	☐ Sistema Inoperante	☐ Sí	☐ Sí
☐ Sugerencia	☐ Función Inoperante	☐ No	☐ No
☐ Duda	☐ Opera con Restricción.		
	☐ Función Operante		
Descripción corta del problema:			
Formulario: Pantalla/Reporte			
Detalle del Problema.-			
Número de página (incluyendo ésta): 1			



ANEXO N° 7

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE ASINFO ASESORES INFORMÁTICOS S.C.

DECLARACIÓN INICIAL

Con sujeción a lo dispuesto en el Art. 64 del vigente Código del Trabajo y para efectos de dar aplicación a los preceptos legales contemplados en los Arts. 42 numeral 12 y 44 en su literal a), la compañía ASINFO S.C., dedicada al diseño y venta de sistemas informáticos, expide el siguiente Reglamento Interno de Trabajo, con el objeto de garantizar y optimizar el normal desenvolvimiento de las relaciones contractuales y laborales de la Compañía.

DEFINICIONES

Con el objeto de una mejor aplicación de las normas contenidas en este Reglamento, se establecen las siguientes definiciones o conceptos.

Compañías: Se entenderá que se refiere a la persona jurídica ASINFO S.C.

Trabajador(es): Son las personas naturales que se encuentran prestando sus servicios a la compañía, o se incorporen a la misma, ya sea en la parte administrativa o técnica.

Reglamento: Se entenderá el presente instrumento normativo, esto es el Reglamento Interno de trabajo de ASINFO S.C.

NORMATIVA I

DISPOSICIONES PRELIMINARES
Art. 1.- Ámbito.- El presente Reglamento norma las relaciones entre la compañía y sus trabajadores, dentro del área administrativa y técnica, ubicadas en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

Art. 2.- Exhibición y Difusión del Reglamento.- La compañía exhibirá y difundirá en sus instalaciones, parte técnica y administrativa, el presente Reglamento.

Art. 3.- Conocimiento del Reglamento.- Las disposiciones del presente Reglamento se entenderá que son de conocimiento de los trabajadores y por ningún motivo el trabajador podrá argumentar su desconocimiento.

Art. 4.- Observancia y Cumplimiento del Reglamento.- La compañía y sus trabajadores, quedan sujetos al fiel, literal y exacto cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y de la normatividad jurídica en materia laboral vigente en el país.

Art. 5.- Incorporación de los Contratos de Trabajo.- Las disposiciones del presente Reglamento forman parte y se entenderán incorporadas a los contratos de trabajo, sin necesidad de puntualizarlas en los mismos.

Art. 6.- Representante de la compañía.- La representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía la ejerce su Gerente General, en consecuencia no será reconocida como oficial ni obligatorias las órdenes y disposiciones que no lleven su firma, salvo lo previsto en el Art. 36 del Código del Trabajo.

NORMATIVA II

RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Art. 7.- El reclutamiento, selección y contratación de nuevos trabajadores es facultad privativa de la Compañía a través de su Representante Legal, así como su ubicación de acuerdo a la selección, aptitudes, conocimientos y necesidades de la misma.

Art. 8.- Requisitos para el ingreso.- Los aspirantes a ingresar para prestar sus servicios en la compañía tendrán obligatoriamente una entrevista previa con el Representante Legal, para luego ser evaluados mediante una prueba de acuerdo al



área en la que se requiera personal. Para ingresar como trabajadores observarán obligatoriamente las siguientes exigencias:

1. Cédula de ciudadanía y certificado de votación.
2. Estar cursando estudios superiores.
3. Hoja de vida

Art. 9.- Contrato de trabajo.- Los contratos de trabajo que se celebraren con la Compañía, serán a plazo fijo con un periodo de prueba de 90 días.

Art. 10.- Periodo de Prueba.- Durante el periodo de prueba, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato individual de trabajo, sin que esto implique pago de indemnización alguna y sin que sea necesario notificación por escrito.

Art. 11.- Aviso de entrada al IESS.- La compañía enviará al IESS luego de cumplido el plazo de prueba por parte del empleado, el respectivo aviso de entrada, el mismo que será firmado por el trabajador al tiempo de suscribir el contrato de trabajo.

Art. 12.- Forma escrita.- Todo contrato individual de Trabajo será celebrado por escrito, se lo emitirá en tres ejemplares de igual contenido y valor. Un ejemplar quedará incorporado al expediente individual del trabajador, otro, en la Inspección del Trabajo, y el restante se entregará al trabajador. La compañía será la encargada de elaborar, suscribir y legalizar ante las autoridades del Trabajo el respectivo contrato.

Art. 13.- Contenido de los contratos.- Los contratos individuales de trabajo a más de los requisitos previstos en el Art. 21 del Código del Trabajo, deberán contener una cláusula especial que diga: “Se incorporan y forman parte de este contrato, las disposiciones contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía, cuya observancia es obligatoria para las partes contratantes”.



Art. 14.- Domicilio.- Todo trabajador que ingrese a prestar servicios en la compañía deberá notificar su dirección domiciliaria completa y cada vez que cambie ésta, tiene la obligación de actualizarla.

NORMATIVA III

DE LAS JORNADAS Y HORAS DE TRABAJO

Art. 15.- Cumplimiento del horario de trabajo.- Los trabajadores de la compañía, se comprometen a laborar cumpliendo de manera estricta el horario fijado por la misma aceptando las modificaciones que se hicieren en el futuro. La Compañía, se reserva el derecho de poder variar los horarios de trabajo, de acuerdo a las necesidades de la empresa, previa aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo.

Art. 16.- Horario de trabajo de la compañía.- Es deber elemental del personal la asistencia diaria y puntual, de tal manera que a la hora de iniciación de las labores deben estar en su sitio de trabajo en el horario establecido, siendo el horario general el siguiente:

- Ingreso Área Técnica: 7h30
- Salida Área Técnica: 16h30
- Ingreso Área Administrativa: 8h00
- Salida Área Administrativa: 17h00

El empleado deberá cumplir con las 40 horas de trabajo en la semana, es decir de lunes a viernes, ó caso contrario, de no cumplir las horas estipuladas, ASINFO S.C., está facultado para establecer horarios especiales cuando las necesidades de trabajo lo exijan.

Dentro de éste periodo se encuentran incluidos los 30 minutos que deben ser utilizados por los empleados para su almuerzo y 15 minutos para su desayuno. Éste periodo de almuerzo será tomado en turnos de acuerdo al área de servicio de tal manera que no se suspenda en ningún momento el requerimiento del cliente.

Todos los empleados con excepción del Presidente y el Gerente General, están en la obligación de presentarse con puntualidad y que se tenga constancia expresa del tiempo que cada empleado permanece en su trabajo, a fin de constatar y reconocer el cumplimiento de su obligación y el origen de su trabajo. Su inobservancia será sancionada de conformidad a lo previsto en el numeral 1 del Art. 172 del Código de Trabajo y en este Reglamento. (El empleador podrá dar por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno).

Art. 17.- De las ausencias en general.- Para los casos de ausencia por enfermedad los únicos documentos justificativos serán los certificados médicos extendidos preferentemente por el IESS, clínicas u hospitales certificados y deberán ser entregados al jefe inmediato, preferentemente antes de las horas de iniciación de las tareas y con mención clara de la dolencia que aqueja al empleado y del tiempo que llevará su rehabilitación. La empresa se reserva el derecho de comprobar la enfermedad por visita del médico o de otra persona calificada al enfermo. Si la empresa no recibe el pertinente aviso, la falta será considerada injustificada y se aplicará la sanción correspondiente.

Los permisos por ausencia motivados por tratamiento médico, maternidad, matrimonio, etc., se solicitarán con un mínimo de dos días de anticipación al jefe respectivo, para que éste lo tramite ante la Gerencia de la empresa.

Art. 18.- Trabajo Efectivo.- Las horas fijadas en el horario de trabajo inician y dan término a la labor efectiva, en tal virtud a la hora de inicio, el trabajador deberá estar en el puesto de trabajo y laborando, lo mismo se entenderá a la hora fijada para el término de la jornada. Es decir que en este lapso, el trabajador estará a disposición de la compañía, cumpliendo órdenes de sus superiores relativas a su labor.

Art. 19.- El día que no labore el trabajador y no presente justificación alguna, se procederá al descuento por día de trabajo y se procederá de acuerdo a lo previsto en el Art. 54 del Código de Trabajo. Sin embargo la compañía se reserva el derecho de permitir o no al trabajador la recuperación del tiempo perdido a fin de que pueda cobrar su remuneración completa.

Art. 20.- Justificaciones.- Se consideran causas justas para haber incurrido en atrasos o faltas, exclusivamente la enfermedad del trabajador debidamente comprobada por medio del respectivo certificado otorgado preferentemente por el IESS, calamidad doméstica o circunstancias de caso fortuito o de fuerza mayor debidamente notificadas por el trabajador y comprobadas por la compañía.

Art. 21.- Control de Asistencia.- La compañía, controlará la asistencia y cumplimiento de los horarios de trabajo de su personal, mediante registros diarios, tarjetas de asistencia o similares.

Art. 22.- Salidas del trabajo.- Ningún trabajador podrá salir de su trabajo durante las horas de labor sin permiso de Gerencia, su Representante o Jefe inmediato y solamente por causas debidamente justificadas, caso contrario será sancionado con un memo de amonestación.

Art. 23.- Días de descanso.- Son días de descanso obligatorio los sábados y domingos y aquellos previstos en el Art. 65 del Código del Trabajo.

Art. 24.- Permisos.- La compañía concederá permisos únicamente en los casos contemplados en el Código de Trabajo, siempre y cuando exista la justificación documentada y bajo las siguientes condiciones:

- El aviso se hará con la debida anticipación al jefe respectivo justificando el motivo del mismo, salvo el caso de calamidad doméstica, caso fortuito o fuerza mayor, que en tales circunstancias se comunicará por escrito dentro de los tres días de incurrido el hecho.

- Todo trabajador que no asista al trabajo por enfermedad deberá comunicar a gerencia dentro de los tres primeros días de enfermedad, de acuerdo a lo previsto en el Art. 177 del Código de Trabajo, si no los hiciere así, se considerará falta injustificada al trabajo. Sus tratamientos se harán en el IESS, salvo circunstancias excepcionales que impidan aquello.
- Los permisos predecibles tendrán que ser realizados con 24 horas de anticipación y en base al formato que se establezca, estos permisos serán descontados en el mismo mes mediante el rol de pagos.
- Los permisos no predecibles deberán ser comunicados a la compañía e informar los motivos, para justificar el permiso se necesitará la justificación respectiva, caso contrario será tomado como falta.

Art. 25.- Permisos Remunerados.- La compañía se reserva la facultad de conceder atendidas las circunstancias, permisos remunerados al personal de trabajadores.

NORMATIVA IV

SEGURIDAD INDUSTRIAL.- RIESGOS PROFESIONALES

Art. 26.- Enfermedades contagiosas.- En caso de que el trabajador padeciere de enfermedad contagiosa que afecte su capacidad para el trabajo y la seguridad del personal de trabajadores, deberá dar aviso oportuno a la compañía a fin de que se tomen las medidas pertinentes.

Art. 27.- Cuidado y prudencia.- Los trabajadores deberán cumplir sus labores con el debido cuidado y prudencia, absteniéndose de poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros de trabajo, así como la de sus empleadores y bienes de la compañía.



NORMATIVA V

OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

Art. 28.- Principio Fundamental.- Es obligación de la compañía, procurar por todos los medios con la colaboración de sus trabajadores, la prosperidad de la compañía y su permanencia como fuente de trabajo. A más de las obligaciones previstas en el Art. 42 del Código de Trabajo, se deberán observar:

1. Sujetarse a la vigente normatividad jurídica en materia laboral y al contenido de este Reglamento.
2. Pagar las remuneraciones a sus trabajadores conforme lo dispuesto por la Ley y los Contratos de Trabajo.
3. Cancelar oportunamente las planillas de aportes personales y patronales al IESS.
4. Notificar a sus trabajadores con la debida anticipación los cambios o modificaciones al horario de trabajo.
5. Proporcionar a sus trabajadores los materiales y equipos necesarios para la ejecución de su trabajo en el cumplimiento de sus actividades.
6. Se concederá a los trabajadores gratuitamente los uniformes respectivos.

NORMATIVA VI

PROHIBICIONES AL EMPLEADOR

Art. 29.- Además de los casos previstos en el Art. 44 del Código del Trabajo, el empleador no podrá:

1. Retener más del 10% de la remuneración del trabajador por concepto de multas.

2. Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo.
3. Imponer sanciones que no sean las previstas en este Reglamento.
4. Persuadir, incentivar o exigir la participación de los trabajadores en asuntos políticos o religiosos e impedirles el libre derecho al sufragio.
5. Efectuar retenciones o descuentos de la remuneración del trabajador, sin autorización expresa de éste u orden judicial, salvo el caso de multas descuentos por faltas que se apliquen de acuerdo a este Reglamento.

NORMATIVA VII

OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR

Art. 30.- Obligaciones.- Son obligaciones del trabajador, a más de las que constan en el Art. 45 del Código del Trabajo y este Reglamento las siguientes:

1. Guardar consideración y respeto a sus superiores y familiares de estos, así como también a sus compañeros de trabajo y clientes de la Compañía.
2. Decir la verdad en toda ocasión.
3. Subordinación a sus superiores
4. Guardar una inmejorable buena conducta en todo sentido respetando las normas de moral y disciplina.
5. Mantener la más estricta disciplina en el trabajo y responsabilidad profesional en el desempeño de sus funciones.
6. Suscribir y/o registrar personalmente el control de asistencia.
7. Informar oportunamente a la compañía por escrito los cambios de domicilio, estado civil, estudios, etc., que permitan mantener actualizada su hoja de vida

8. Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar donde debe desempeñarlo.
9. Recibir y aceptar órdenes, instrucciones y correcciones relativas al trabajo y a la conducta en su verdadera intención que es la de perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la compañía.
10. Hacer las observaciones, reclamos, solicitudes o sugerencias a que haya lugar, por conducto del respectivo superior.
11. Prestar toda la colaboración posible en caso de siniestros o riesgos inminentes que afecten o amenacen a las personas o bienes de la compañía.
12. Cuidar debidamente de las máquinas y equipos a cargo del trabajador, con el objeto de conservarlas en perfecto estado de funcionamiento, debiendo dar además inmediato aviso a su superior jerárquico cuando dichos implementos sufrieren algún desperfecto para la reparación respectiva.
13. Hacer conocer oportunamente a su superior todo lo que a juicio del trabajador pueda perjudicar o entorpecer la marcha de su trabajo.
14. El trabajador deberá poner el máximo cuidado para obtener la mayor perfección posible en el trabajo que le ha sido encomendado.
15. Procurar la mayor economía para la compañía en la ejecución de su trabajo.
16. Guardar absoluta reserva sobre la técnica de la compañía, su estado financiero y administrativo, al igual que sobre la vida privada de sus superiores y compañeros.
17. Ser leal con la compañía y sus superiores.

NORMATIVA VIII

PRESCRIPCION DE ORDEN

Art. 31.- Prohibiciones de los trabajadores.- A más de lo establecido en el Art. 46 del Código del Trabajo la compañía prohíbe expresamente a sus trabajadores:

1. Suspender las labores ilegalmente, promover y participar en las mismas.
2. Negarse a trabajar en las labores, funciones u horarios a que estuvieren destinados.
3. Fumar en las oficinas, talleres y otras instalaciones de la compañía.
4. Introducir bebidas alcohólicas y/o drogas, o tomarlas durante la jornada de trabajo.
5. No ingresar al trabajo quien se presentare bajo los efectos del alcohol y/o droga.
6. Intervenir en actividades políticas y/o religiosas, o cualquier otra extraña a sus labores.
7. Causar daño de cualquier naturaleza a las pertenencias de la compañía.
8. Abandonar su sitio de trabajo durante las horas de labor, salvo causa justa con permiso previo de su superior.
9. Revelar secretos técnicos o de fabricación o información confidencial de la compañía.

Art. 32.- Prohibiciones para el personal administrativo

1. Falsear datos, alterar cifras o cualquier clase de información en los documentos, balances, inventarios, informes contables, comprobantes de gastos y demás documentos y registros de la compañía.

2. Entregar información a terceros, documentos, productos, precios o sistema de la compañía.
3. Realizar cobros de facturas, cheques o recibir devoluciones y no reportarlo e ingresarlas inmediatamente a la contabilidad o bodega de la compañía.
4. Realizar cualquier clase de cobros por gastos no efectuados o presentar comprobantes falsos.
5. Cancelar a clientes, créditos, plazos y descuentos sin la autorización correspondiente.
6. Manejar con negligencia los documentos, valores o extraviar los bienes especialmente cheques, facturas o dinero de la compañía.
7. Adulterar, cambiar, falsificar o suplantar datos, valores y firma en cualquier documento de la compañía.

NORMATIVA IX

DE LAS REMUNERACIONES

Art. 33.- Remuneración de los trabajadores.- La compañía remunerará a sus trabajadores, de acuerdo con la remuneración convenida en el correspondiente contrato individual de trabajo y en ningún caso será inferior a los mínimos legales generales o sectoriales. En todo caso la remuneración se compondrá por el sueldo básico más los beneficios de ley.

Art. 34.- Pago de remuneraciones.- Las remuneraciones de los trabajadores de la compañía, se pagarán a través de cuentas de Ahorros, cuentas Corrientes, o personalmente, mediante cheque o efectivo.

Art. 35.- Descuentos legales.- De las remuneraciones de los trabajadores, no podrá efectuarse descuento alguno, salvo los siguientes:

1. Aportes personales al IESS
2. Impuesto a la Renta
3. Retenciones Judiciales debidamente ejecutoriadas.
4. Anticipos y préstamos a la compañía.
5. Aquellas, que autorice por escrito el trabajador.

Los descuentos que se tratan en artículos posteriores, solamente podrán realizarse con la aceptación del trabajador y la aprobación del Departamento Financiero.

Art. 36.- De los anticipos.- El anticipo no podrá exceder del 10% del sueldo mensual que recibe el trabajador, y solo se concederá a aquella persona que demuestre que por fuerza mayor lo requiere.

NORMATIVA X

DE LAS FALTAS Y DE LAS SANCIONES

Art. 37.- Naturaleza de las faltas.- Las faltas cometidas por los trabajadores serán clasificadas y analizadas por la compañía de acuerdo a la sana crítica y tomando en consideración las circunstancias atenuantes y agravantes, así como las pruebas de cargo o descargo existentes.

Art. 38.- Clases de sanciones.- El incumplimiento por parte del trabajador de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales, será sancionado con:

1. Amonestación verbal
2. Amonestación escrita
3. Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria del trabajador.
4. Terminación de la relación contractual.

Art. 39.- Se sancionará con amonestación verbal:

1. El atraso injustificado de hasta 20 minutos
2. Las violaciones leves a las disposiciones del Código del Trabajo y de este Reglamento.

Art. 40.- Se sancionará con amonestación escrita.-

1. Los atrasos de hasta 20 minutos cuando excedan de 5 durante el mes.
2. El incumplimiento del trabajo encomendado o de las órdenes impartidas.
3. Presentarse a sus labores en forma desaseada.
4. Fumar o consumir alimentos durante las horas laborables.
5. Distraer el tiempo de trabajo en actividades ajenas a él.
6. Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
7. No informar oportunamente que adolece de enfermedad contagiosa.
8. La reincidencia por más de una vez en los casos contemplados en el artículo anterior.

Art. 41.- Se sancionará con multa.-

1. Poner en peligro su seguridad y de sus compañeros.
2. Alterar los controles de asistencia
3. El abandono del lugar del trabajo sin permiso ni justificación, o el salir antes de la hora establecida
4. La falta injustificada al trabajo o la reincidencia en atrasos por más de 20 minutos
5. Realizar proselitismo político o religioso.

6. Utilizar los bienes de la compañía para asuntos personales.
7. La actitud en las relaciones con sus compañeros de trabajo y/o empleados.
8. Dormir durante las horas de trabajo
9. Demostrar negligencia en su trabajo.
10. No ahorrar luz y agua, debiendo para el efecto apagar los equipos si no son necesarios.

Art. 42.- Terminación del contrato.- Se considerará que un trabajador se halla incurso en la terminación de la relación laboral, previo visto bueno contemplado en el Art. 172 del Código del Trabajo, por las siguientes faltas:

1. Faltas reiteradas e injustificadas de puntualidad o asistencia y la reincidencia en multas u otras sanciones, dentro de un periodo mensual de labores.
2. El abandono injustificado del trabajo por más de tres días consecutivos, dentro de un periodo mensual de labores.
3. La indisciplina, desobediencia grave a cualquiera de las disposiciones de este Reglamento.
4. La agresión de palabra u obra de sus compañeros o jefes.
5. El tomar parte como organizador o mentalizador en paros o suspensión de actividades, fuera de los casos previstos en la ley.
6. La negligencia permanente en el cumplimiento de sus actividades.
7. Revelar secretos técnicos que llegaren a su conocimiento por razones de su trabajo.
8. Haber proporcionado información o documentos falsos, en forma intencional y dolosa en la solicitud de empleo.

9. El hurto, robo, estafa, abuso de confianza, o cualquier otro acto delictivo cometido contra los bienes de la compañía y/o de sus compañeros.
10. La reincidencia en alterar los controles de asistencia.
11. La reincidencia en más de 3 faltas que merezcan multas, según lo previsto en este Reglamento.

Art. 43.- Para la aplicación de las sanciones contempladas en este capítulo, el Empleador deberá tener los elementos de juicio suficientes y las pruebas necesarias del cometimiento de las faltas.

NORMATIVA XI

DE LAS VACACIONES

Art. 44.- Vacaciones anuales.- De conformidad con lo dispuesto en el Art. 69 del Código del Trabajo, la compañía concederá a sus trabajadores, 15 días de vacaciones pagadas una vez cumplido el año de trabajo efectivo. El día anterior a aquel que el trabajador haga uso de las vacaciones, la compañía liquidará y pagará la remuneración correspondiente al periodo de vacaciones.

Art. 45.- Época de vacaciones.- La época de vacaciones será señalada por la compañía, a más tardar del año subsiguiente a aquel en que se haya causado, y aquellas deben ser concedidas de oficio o a petición del trabajador, sin perjudicar las actividades de la compañía, ni la efectividad del descanso.

Art. 46.- Vacaciones simultáneas.- La compañía puede determinar para todos o para una parte de sus trabajadores, una época fija para sus vacaciones simultáneas o colectivas, en cuyo caso dará a conocer a los trabajadores oportunamente.

Art. 47.- Vacaciones para trabajadores con funciones de confianza.- Los trabajadores que tengan funciones de confianza, y que solicitaren vacaciones,

serán reemplazados temporalmente por otra persona, cesando por este hecho la responsabilidad del trabajador que se ausente en uso de sus vacaciones.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 48.- Disposiciones Conexas.- Todo lo no previsto en el presente Reglamento se sujetará a lo dispuesto en el código del trabajador y demás leyes conexas.

Art. 49.- Reformas al Reglamento.- ASINFO S.C., se reserva el derecho de presentar para su aprobación a la Dirección Regional del Trabajo, las reformas, sustituciones, cambios o adiciones que estime convenientes al presente Reglamento.