



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Proyecto de Investigación previo a la
obtención del Título de Ingeniera en
Administración Financiera

TEMA:

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE
TELECOMUNICACIONES AGENCIA EL EMPALME, AÑO 2012.

AUTORA:

ADRIANA VERONICA ASSEN PÁRRAGA

DIRECTOR DE TESIS:

LCDO. GERÓNIMO WILSON CEREZO SEGOVIA. MSc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Adriana Verónica Assen Párraga, 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 Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Srta. Adriana Verónica Assen Párraga
EGRESADA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito, Lcdo. Gerónimo Wilson Cerezo Segovia. MSc., Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada, Adriana Verónica Assen Párraga, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera, realizó la tesis de grado “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA EL EMPALME, AÑO 2012.”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Lcdo. Gerónimo Wilson Cerezo Segovia. MSc.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**Presentado al Honorable Consejo Directivo como requisito previo a la
obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera.**

APROBADO POR:

Eco. Nivaldo Vera Valdiviezo. MBA.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Enrique Intriago Zamora. MSc.

MIEMBRO DE TRIBUNAL

Ing. Freddy Bustamante Vera. MSc.

MIEMBRO DE TRIBUNAL

QUEVEDO - ECUADOR

2015

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres: a Dios por ser mi creador, y a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

Adriana Asen

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado; guiándome y dando fortaleza para seguir adelante.

- A la Universidad Técnica Estatal De Quevedo por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.
- A mi director de tesis, Lcdo. Wilson Cerezo, quien con sus conocimientos, su experiencia, y su paciencia me guio en esta investigación.
- También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.
- A mis padres quienes permanentemente me apoyaron con espíritu alentador, contribuyendo incondicionalmente a lograr las metas y objetivos propuestos. Los amo
- A mis hermanas por darme fuerzas de ánimo en este proceso de preparación profesional y apoyo incondicional y mis sobrinos por ser mi motivación.
- A mis Compañeros y Amigos, parte integral e importante en mi vida, en especial a Jessica, Liz, Michael; Cinthia B.; Cinthia S. y Andrea; quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y de alguna manera han influido en mi desarrollo.

A todos ellos, muchas gracias.

DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

1	Título/ Title	T	“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA EL EMPALME, AÑO 2012.”
2	Creador/Creator	C	Adriana Verónica Assen Párraga
3	Materia/Subject	M	Gestión administrativa y financiera
4	Descripción/Description	D	Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene CNT – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta, también se pudo comprobar que la institución, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales y promover el desarrollo económico y financiero de la entidad a nivel macro.
5	Editor/Publisher	E	Carrera de Ingeniería en Administración Financiera.
6	Colaborador/Contributor	C	Lcdo. Gerónimo Wilson Cerezo Segovia. MSc.
7	Fecha/Date	F	01 de diciembre de 2014
8	Tipo/Type	T	Proyecto de investigación.
9	Formato/Format	F	Microsoft Office Word 2010
10	Identificador/Identifier	I	https://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente/Source	F	Bibliográfica. Trabajo de campo
12	Lenguaje/Language	L	Español
13	Relación/Relation	R	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	C	Atención al cliente
15	Derechos/Rights	D	Ninguno
16	Audiencia/Audience	A	Proyecto de investigación

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS	iii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE CUADROS.....	xii
ÍNDICE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi

CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción	2
1.2 Problematicación	4
1.2.1 Planteamiento del problema	4
1.2.1.1 Diagnóstico	4
1.2.1.2 Pronóstico	4
1.2.1.3 Control del pronóstico	5
1.2.2 Formulación del problema.....	5
1.2.3 Sistematización del problema	6
1.3 Justificación	6
1.4 Objetivos	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
1.5 Hipótesis	8
1.5.1 Hipótesis General	8
1.5.2 Hipótesis Específicas	8

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Fundamentación teórica	10
2.1.1 Gestión.....	10
2.1.2 Gestión administrativa	12
2.1.3 Gestión administrativa moderna	13
2.1.4 Gestión financiera	14
2.1.5 Elementos de gestión	15
2.1.6 Control	16
2.1.7 Control de gestión.....	16
2.1.8 Impacto	17
2.1.9 Evaluación	18
2.1.10 Seguimiento	18
2.1.11 Desempeño.....	19
2.1.12 Planificación	19
2.1.13 La eficiencia de los planes	20
2.1.14 Planeación estratégica.....	21
2.1.15 Presupuestos.....	23
2.2 Fundamentación conceptual	24
2.2.1 Gestión.....	24
2.2.2 Gestión Administrativa	25
2.2.3 Gestión Administrativa Moderna	25
2.2.4 Cultura empresarial.....	26
2.2.5 Control	26
2.2.6 Control de Gestión	27
2.2.7 Impacto	28
2.2.8 Evaluación	28
2.2.9 Planificación.....	28
2.2.10 Empresa.....	28
2.2.11 Política	29
2.2.12 Supervisión	30
2.2.13 Actividades de control	30
2.2.14 Autocontrol.....	30

	Pág.
2.2.15 Autogestión	31
2.2.16 Autorregulación	31
2.2.17 Indicador	31
2.2.18 Indicadores de eficiencia.....	32
2.2.19 Estrategias	32
2.2.20 Normas	32
2.2.21 Servicio público.....	33
2.2.22 Atención al usuario	33
2.3 Fundamentación legal.....	33
2.3.1 Ley Especial de Telecomunicaciones	33
2.3.2 Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública	35
 CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1 Métodos y técnicas	38
3.2 Tipos de investigación	40
3.3 Diseño de Investigación.....	40
3.4 Población y muestra	41
 CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1 Resultados	45
4.2 Discusión	76
4.3 Comprobación/Disprobación de la hipótesis	77
 CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones	79
5.2 Recomendaciones	80
 CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA	
6.1 Literatura Citada	82
6.1.1 Bibliografía básica.....	82
6.1.2 Bibliografía complementaria.....	82
6.1.3 Linkografía	83

CAPÍTULO VII: ANEXOS

7.1 Anexos	86
------------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Personal entrevistado	43
Tipo de servicio	45
Satisface necesidades cotidianas	46
Tipo de atención	47
Dudas despejadas de información solicitada	48
Conocimientos suficientes del personal	49
Frecuencia a la que acude a la empresa	50
Horarios de atención	51
Satisfacción del requerimiento	52
Solución de sus problemas	53
Servicio recibido en la empresa	54
Presupuesto del año 2012	55
Ejecución presupuestaria	56
Estrategia empresarial - alineamiento estratégico	62
Estrategia empresarial – direccionamiento empresarial	63
Perspectiva de gestión empresarial	63
Procesos gobernantes	64
Procesos de cadena de valor	64
Procesos de apoyo	65
Productos y servicios que oferta CNT	65
Cumplimiento de metas – agencia el empalme	72
Gestión del riesgo operativo	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Tipo de servicio	45
Satisface necesidades cotidianas	46
Tipo de atención	47
Dudas despejadas respecto a información solicitada	48
Conocimientos suficientes del personal	49
Frecuencia a la que acude a la empresa	50
Horarios de atención	51
Satisfacción del requerimiento	52
Solución de manera inmediata de sus problemas	53
Servicio recibido en la empresa	54
Participación de ingresos	57
Porcentaje de cumplimiento	58

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Certificación de la empresa	86
Instalaciones de la empresa	87
Entrevista con los funcionarios de CNT	87
Encuesta a los usuarios de CNT.....	88
Reporte del Sistema URKUND	89

RESUMEN EJECUTIVO

Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera de la entidad, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales. La gestión financiera y administrativa que desarrolla la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, ha logrado en gran manera promover el desarrollo económico y financiero de la entidad a nivel macro. Por ello se propone lo siguiente: la administración deberá evaluar permanentemente el desempeño de cada funcionario que colabora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, de tal manera que se mejore el servicio que se da a los usuarios que asisten a la empresa en busca de un servicio o requerimiento técnico; además, los directivos deben implementar un modelo estratégico organizacional que les permita medir el nivel de cumplimiento de los objetivos y políticas estratégicas propuestas, en beneficio del crecimiento sostenible y sustentable de la empresa; por otro lado, los encargados de la gestión financiera, deben establecer un modelo de seguimiento mensual del presupuesto de gastos y de ventas proyectado, con el propósito de obtener resultados que maximicen las ganancias de este ente contable.

ABSTRACT

Once you have applied the survey to the different users that has the National Corporation for Telecommunications - Agency El Empalme, it was possible to prove that the actions taken by the authorities responsible for the administrative and financial management of the entity, directly contribute to the good service we offer. The National Corporation for Telecommunications - Agency El Empalme, maintains policies, programs and business strategies for the development of the daily activities, which allows you to measure the level of compliance with organizational objectives. The financial and administrative management corporation that develops the National Telecommunications Agency - The Splice, has succeeded in greatly promote the economic and financial development of the entity at the macro level. Therefore, I propose the following: the administration shall be constantly evaluating the performance of each staff member who works in the National Corporation for Telecommunications - Agency The Splice, in such a way as to improve the service provided to users attending the company which is looking for a service or technical requirement; in addition, managers need to implement a strategic organizational model that enables them to measure the level of compliance with the objectives and strategic policy proposals, for the benefit of the sustainable growth and sustainable company; on the other hand, those responsible for financial management, must establish a follow-up model of the monthly budget of expenditures and projected sales, with the purpose of obtaining results that maximize the profits of this entity accounting.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón El Empalme, cumple con lo establecido por las disposiciones de la Gerencia Nacional, que es la de brindar un excelente servicio y atención al usuario, sin embargo, existen ciertos problemas que suelen surgir en el transcurso de las labores diarias, esto es, referente a la atención administrativa interna, de atención al usuario y a veces la no satisfacción del mismo, lo que origina quejas en contra de la administración.

Las nuevas tendencias sobre la gestión administrativa, consiste en buscar herramientas, enfoques, técnicas y estrategias, que permitan hacer más eficiente la gestión administrativa y financiera; los procesos administrativos en cualquiera de sus fases y el uso adecuado de los recursos propios o asignados, en vísperas a la obtención de resultados satisfactorios que propicien su permanencia y posicionamiento en el mercado.

Resulta de gran transcendencia analizar las instituciones que desarrollen tareas y gestiones de carácter administrativo; la necesidad que tienen las mismas de adaptarse a nuevos cambios hace de la calidad total un factor para lograr la excelencia en la gestión administrativa; permitiendo un reflejo y estudio a nivel contable; poseer conocimientos en ambos campos contribuyen a lograr la eficacia y la eficiencia en las empresas.

Los directivos de la institución buscan profesionales que sean administrativos, con conocimientos técnicos, capacidades y habilidades de dirección y liderazgo, motivación del equipo, organización y capacidad comunicativa; además de tener una base sólida en contabilidad que les permitan captar la realidad económica de una empresa, para la toma de decisiones en base a una planificación y lineamientos estratégicos que conlleven al cumplimiento de normativas fiscales legalmente establecidas.

De esta manera, los niveles de exigencia y preparación profesional son cada vez mayores, además de que sobre los gerentes de empresas, recae el manejo eficiente y eficaz de los recursos, estos deberán velar por el correcto cumplimiento de los procesos administrativos, a través de estrategias y/o

herramientas gerenciales que les permitan convertir sus debilidades en fortalezas y sus amenazas en oportunidades, dando como resultado una gestión administrativa y contable acorde a los requerimientos del campo empresarial. Esta es la razón por la cual surge la necesidad de realizar el presente proyecto de investigación a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme; con el propósito de determinar la incidencia de la gestión administrativa y financiera con la atención que se les brinda a los usuarios; este proyecto de investigación comprende los siguientes capítulos:

Capítulo I.- Presenta la introducción, el problema de investigación, justificación, objetivos, hipótesis junto con sus variables investigativas.

Capítulo II.- Trata la fundamentación teórica, conceptual y legal de la investigación.

Capítulo III.- Presenta la metodología de investigación, en donde se señalan los métodos, técnicas, tipos de investigación, diseño de investigación que permitieron el procesamiento y análisis de resultados.

Capítulo IV.- Expone los resultados y la discusión de los mismos, guardando estrecha relación con las hipótesis planteadas.

Capítulo V.- Expresa las conclusiones y recomendaciones generales de la investigación.

Capítulo VI.- Enuncia la bibliografía utilizada para el desarrollo de esta investigación.

Capítulo VII.- Revela los documentos que componen los anexos de esta investigación.

1.2 Problematicación

1.2.1 Planteamiento del problema

Los habitantes del cantón El Empalme, acuden frecuentemente a la empresa Nacional de Telecomunicaciones con la finalidad de contratar los servicios que presta esta importante empresa del Estado.

El servicio que presta esta empresa proporciona determinados niveles de satisfacción a los usuarios, los cuales no han podido medirse debido a que no existen trabajos realizados sobre esta temática.

La empresa administra sus recursos según las disposiciones emanadas por la dirección regional y por consiguiente de la gerencia general asentada en la ciudad capital; sin embargo dentro del rango establecido en la ley, la dirección de la agencia toma sus decisiones y gestiona la colocación y recuperación de la inversión realizada dentro del cantón, según los objetivos trazados por la organización. No ha sido posible, en el escenario expuesto, conocer el desempeño de quienes se encuentran dirigiendo la empresa, de tal manera que no se han podido efectuar los correctivos e incentivos necesarios para mejorar el desempeño organizacional.

1.2.1.1 Diagnóstico (Causas, efectos)

La determinación del problema surge a partir de que los directivos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme tiene la necesidad de mejorar en la calidad de los servicios y requerimientos de los usuarios e inclusive para los colaboradores de la misma por ende requiere que en la organización se establezca un modelo de gestión administrativa y financiera que permita alcanzar el mejoramiento institucional en la prestación de los servicios de las telecomunicaciones, además de estimular y acelerar el desarrollo socioeconómico del país brindando un servicio de calidad y fomentar la armonía para la comunidad.

1.2.1.2 Pronóstico

Sin una definición clara y coherente sobre la ejecución de los Planes Estratégicos Institucionales se carece de un horizonte de desarrollo que motive

al personal hacia cambios positivos; como consecuencia a estos antecedentes, se presenta la insatisfacción y malestar de los usuarios internos y externos, quienes no logran alcanzar sus requerimientos de una forma eficiente y oportuna. Los reclamos de los usuarios, ocasionan reportes de mala atención a las diferentes organizaciones de control, lo que repercute en la imagen de la institución, así como el incremento de los gastos y por ende insuficiencia presupuestaria, finalmente se puede determinar que esta debilidad provoca ciudadanos inidentificables o sin acceso a derechos constitucionales como lo es la telecomunicación.

1.2.1.3 Control del pronóstico

La Corporación Nacional de Telecomunicación, Agencia El Empalme, al ser una entidad que depende de las adquisiciones que realiza la matriz de esta entidad, atraviesa continuos problemas para la atención al público, en primer lugar por los retrasos en los servicios que ofrece la organización a los ciudadanos; adicionalmente, los accesos a las bases de datos a nivel nacional debido a fallas de comunicaciones también inducen a la lentitud y a la falta de verificación de datos.

Es necesaria entonces la aplicación de correctivos al modelo administrativo y financiera como medio de mejoramiento a la calidad de servicio al usuario en la Corporación Nacional de Telecomunicación, Agencia El Empalme, que permita clasificar y cuantificar la magnitud de las deficiencias y con esta base iniciar procesos de mejoramiento.

1.2.2 Formulación del problema

No se puede determinar hasta la presente, el grado de efectividad, eficacia y eficiencia de la gestión emprendida por los directivos de la agencia, que nos permita adquirir un conocimiento real y profundo de la situación administrativa y financiera que lleva a cabo la organización, permitiéndole ejercer una incidencia favorable sobre la atención al cliente y los usuarios de las telecomunicaciones fijas y móviles en el cantón El Empalme; por lo tanto se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo incide un modelo de gestión administrativa y financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en la satisfacción de los clientes de la Agencia del cantón El Empalme?

1.2.3 Sistematización del problema

La presente investigación sobre la gestión administrativa y financiera que desarrolla la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Región 4; abarca los aspectos más relevantes del proceso administrativo y de atención a los usuarios, enmarcados bajo los estándares que regulan el accionar de esta institución a nivel nacional; lo anteriormente expuesto nos lleva a plantearnos las siguientes subpreguntas de investigación:

- ¿Cuál es la situación actual de la gestión administrativa y financiera emprendida por los directivos de la agencia que incide en la satisfacción de los clientes?
- ¿De qué manera contribuyen las políticas, programas y disposiciones de los directivos en el cumplimiento de los objetivos que se ha planteado en la organización?
- ¿Qué modelo de gestión administrativo y financiero permitirá incrementar la situación económica y financiera de la empresa?

1.3 Justificación

Desde que se inició el proceso de modernización en las telecomunicaciones, la agencia El Empalme ha incrementado su banco de clientes, debido a las facilidades administrativas, la prontitud y la eficiencia en la atención y en la prestación del servicio de telefonía. La inserción hacia el campo de la telefonía móvil, ha desmonopolizado la oferta de equipos telefónicos, internet y televisión por cable, haciendo de estos servicios una opción para todos los habitantes de El Empalme, debido a sus precios razonables y a la calidad de los mismos. Sin embargo no ha sido posible conocer hasta ahora, la efectividad de la gestión administrativa financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en la agencia El Empalme y la incidencia que esta tiene sobre la atención al cliente.

El desconocimiento de la eficiencia, eficacia y efectividad de la gestión administrativa y financiera no ha permitido a la agencia de telecomunicaciones de El Empalme, adoptar los correctivos y las enmiendas necesarias sobre el manejo de la organización, lo que impide determinar el nivel de crecimiento de la empresa. La atención hacia los usuarios es una condición que hace posible el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de una institución, por lo que no basta con la calidad en las comunicaciones, internet y televisión por cable, sino en la atención personalizada y directa hacia los principales beneficiarios.

En este contexto esta investigación muestra las decisiones administrativas y financieras empleadas con la finalidad de mejorar la imagen corporativa y empresarial de este ente del Estado. Los beneficiarios directos de esta investigación están representados por el personal directivo, administrativo y operativo de la empresa, quienes conocen la percepción de los usuarios de la agencia sobre el manejo, disposición y uso de los recursos administrativos de la entidad para el cumplimiento de los objetivos de la organización. Entre los beneficiarios indirectos, se encuentran los usuarios, compuesto por los hogares y las empresas asentadas en el cantón El Empalme y que reciben los servicios de las telecomunicaciones.

La investigación realizada contribuye con la misión en forma independiente, objetiva y en calidad asesora, permitiendo alcanzar los objetivos institucionales, mediante la práctica de un enfoque sistemático y profesional que proporcione un análisis, aseguramiento, evaluaciones, recomendaciones e información sistemáticas al personal directivo y demás partes que conforman el ejercicio de sus funciones para evaluar y mejorar la efectividad de la administración de los recursos asignados a la institución con una visión que nos permita brindar una seguridad acerca de las operaciones y actividades sustitutivas.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar un modelo de gestión administrativa y financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en la satisfacción de los clientes de la agencia del cantón El Empalme.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis situacional de la gestión administrativa y financiera emprendida por los directivos de la agencia y su incidencia en la satisfacción del cliente.
- Identificar la contribución de las políticas, programas y disposiciones de los directivos para alcanzar el cumplimiento de los objetivos de la organización.
- Proponer un modelo de gestión administrativo y financiero que permita incrementar la situación económica y financiera de la empresa.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

La gestión administrativa y financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones incidirá favorablemente en la satisfacción de los clientes de la Agencia del cantón El Empalme.

1.5.2 Hipótesis Específicas

- La gestión administrativa y financiera emprendida por los directivos de la agencia incidirá sobre los usuarios a través del estímulo de la demanda del servicio.
- Las políticas, programas y disposiciones de los directivos permitirá cumplir de manera eficiente con los objetivos de la organización
- La gestión administrativa y financiera promoverá el crecimiento económico y financiero de la agencia de telecomunicaciones.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 Gestión

La gestión es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, es hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera (Diccionario Enciclopédico Gran Plaza).

Del latín *gestiō*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación (<http://definicion.de/gestion/>).

Gestión es un proceso mediante el cual la entidad asegura la obtención de recursos y su empleo eficaz y eficiente en el cumplimiento de sus objetivos. Esto busca fundamentalmente la supervivencia y crecimiento de la entidad, se desarrolla dentro del marco determinado por los objetivos y políticas establecidos por el plan de desarrollo estratégico e involucra a todos los niveles de responsabilidad de la entidad (Contraloría General del Estado, 2009).

Los dos autores coinciden que son el logro de los objetivos planteados por determinada entidad, en base a políticas y procedimientos establecidos por dicha empresa. Entonces, Gestión es un proceso mediante el cual la entidad asegura la obtención de recursos y su empleo eficaz y eficiente en el cumplimiento de sus objetivos.

Se busca fundamentalmente la supervivencia y el crecimiento de la entidad, se desarrolla dentro del marco que está determinado por los objetivos y políticas establecidas por un plan estratégico e involucra todos los niveles de responsabilidad de la entidad.

En términos generales, por el término de gestión se referirá a la acción y al efecto de administrar o gestionar una organización.

Gestión también comprende todas las actividades de una organización que implica el establecimiento de metas y objetivos, así como la evaluación de su desempeño y cumplimiento de una estrategia operativa.

A través de una gestión se llevarán a cabo diversas diligencias, trámites, las cuales, conducirán al logro de un objetivo determinado.

2.1.1.1 Proceso

Un proceso es una actividad que utiliza recursos, y que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados (ISO-9001).

2.1.2 Gestión administrativa.

La administración es la acción de administrar, acción que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar (Diccionario de la Real Academia de la Lengua).

La Gestión a nivel administrativo consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros.

La gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que del ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.

Es importante que se tenga en cuenta que con el pasar de los años es mucha la competencia que se nos presenta por lo que siempre debemos estar informados de cómo realizarla de manera correcta. La gestión administrativa contable es un proceso que consiste básicamente en organizar, coordinar y controlar además de que es considerada un arte en el mundo de las finanzas. De todas formas, desde finales del siglo XIX se ha tomado la costumbre de definir a la gestión administrativa en términos de cuatro funciones que deben llevar a cabo los respectivos gerentes de una empresa: el planeamiento, la organización, la dirección y el control.

Por lo tanto diremos que la gestión administrativa en una empresa se encarga de realizar estos procesos recién mencionados utilizando todos los recursos que se presenten en una empresa con el fin de alcanzar aquellas metas que fueron planteadas al comienzo de la misma. En definitiva se trata de un proceso para realizar las tareas básicas de una empresa sistemáticamente. Un proceso como la gestión administrativa es mucho más fácil de comprender descomponiéndolo en partes, identificando aquellas relaciones básicas; este tipo de modalidad de descripción se denomina modelo y se utiliza para representar aquellas relaciones complejas.

Por ejemplo, se utilizan diferentes estándares para realizar la evaluación y el control de todos los empleados que se hallen trabajando en una empresa, pero es importante que se tenga en consideración que el establecimiento de estas normas compone una parte inherente en cuanto al proceso de planeamiento en la gestión administrativa contable.

Durante la práctica, el proceso de gestión administrativa no representa estas cuatro funciones mencionadas anteriormente, sino que más bien, se trata de un grupo de funciones en una empresa que se encuentran interrelacionadas.

El planeamiento, organización, dirección y control, son actos simultáneamente realizados y por lo tanto se encuentran interrelacionado entre sí. Entonces tomamos a la gestión administrativa como el proceso de diseñar y mantener un ambiente laboral, el cual está formado por grupos de individuos que trabajan precisamente en grupo para poder llegar a cumplir los objetivos planteados (Van Den, 2012).

Según las dos definiciones decimos que la Gestión Administrativa son procesos basados en la planificación, organización y control de determinadas acciones dentro de una organización.

Un sistema de Gestión Administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

2.1.2.1 Importancia de la gestión administrativa.

La tarea de construir una sociedad económicamente mejor; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna. La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador. En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales y humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

Este hecho acontece en la administración pública ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país y cada vez más acentuada de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, las maquinarias administrativas públicas se han constituido en la empresa más importante de un país. En la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines (Robbins, 2009).

2.1.2.2 Propósitos de la gestión administrativa.

Gestionar el sistema de información contable (contabilidad financiera y analítica). Detectar y anticipar las necesidades de financiación de la empresa y a su vez seleccionar la combinación de fuentes de financiación que permitan satisfacer las mismas de la forma más eficiente. Analizar desde el punto de vista administrativo las decisiones de la empresa en cuanto a: inversiones, políticas comerciales, políticas de crédito, precios de los productos, presupuestos (Van Den, 2012).

2.1.3 Gestión administrativa moderna

La gestión administrativa moderna es la acción de confeccionar una sociedad que sea económicamente estable cumpliendo con una mejora en cuanto a las normas sociales y con un gobierno que sea mucho más eficaz. Pero si nos

referimos a la gestión administrativa de una empresa entonces debemos tener en claro que la misma funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador.

En los casos donde se presentan situaciones algo más complejas para las que se necesitara la acumulación de los recursos materiales en una empresa, la gestión administrativa ocupa un lugar importantísimo para el cumplimiento de los objetivos. Este es uno de los factores que más influyen en cuanto a la gestión administrativa pública, debido a que es fundamental en el crecimiento y desarrollo tanto en el ámbito social como en el económico de un país.

La administración es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos (Chiavenato, 2010).

2.1.4 Gestión financiera

La gestión financiera es un proceso que incluye la presupuestaria, del crédito, tributaria, de caja o tesorería, la contable y contratación pública, esta última en cuanto significa financiamiento para la adquisición de bienes, adquisición de servicios y realización de obras, y propiamente a la gestión contractual con su contenido legal y técnico (Andrade, 2012).

La gestión financiera es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a dotar a una empresa de la estructura financiera idónea en función de sus necesidades mediante una adecuada planificación, elección y control, tanto en la obtención como en la utilización de los recursos financieros (Diccionario de Contabilidad y Finanzas, 2012).

Según las definiciones mencionadas, enfatiza que son todas las actividades que se desarrollan para la buena utilización de los recursos económicos destinados para cualquier entidad en un período fiscal. La gestión financiera está relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición

de los activos, pasivos, patrimonio, rentas y gastos al nivel y estructura de la financiación y a la política de la empresa.

A fin de tomar las decisiones adecuadas es necesaria una clara comprensión de los objetivos que se pretenden alcanzar, debido a que el objetivo facilita un marco para una óptima toma de decisiones financieras, por lo que existen dos amplios enfoques:

El beneficio es un examen de eficiencia económica que facilita un referente para juzgar el rendimiento económico, conduce a una eficiente asignación de recursos, cuando éstos tienden a ser dirigidos a usos que son los más deseables en términos de rentabilidad.

La gestión financiera está dirigida hacia la utilización eficiente de un importante recurso económico: el capital, por ello se argumenta que la maximización de la rentabilidad debería servir como criterio básico para las decisiones de gestión financiera.

2.1.5 Elementos de gestión

Economía.- Uso oportuno de los recursos idóneos en cantidad y calidad correctas en el momento previsto, en el lugar indicado, es decir adquisición o producción al menor costo posible, con relación a los programas de la organización (Fonseca, 2011).

Eficiencia.- Es la relación entre los recursos consumidos y la producción de bienes y servicios, se expresa como porcentaje comparando la relación insumo-producción de bienes y servicios, se expresa como un estándar aceptable o norma (Fonseca, 2011).

Su grado viene dado de la relación entre los bienes adquiridos o producidos o servicios prestados, con el manejo de los recursos humanos, económicos y tecnológicos para su obtención (Fonseca, 2011).

Eficacia.- la relación de servicios y productos, los objetivos y metas programados. La eficacia es el grado en que una actividad o programa alcanza sus objetivos o metas que se había propuesto (Fonseca, 2011).

Ecología.- Son las condiciones, operaciones y prácticas relativas de a los requisitos ambientales y su impacto, que deben ser reconocidos y evaluados en una gestión de un proyecto (Fonseca, 2011).

Ética.- es un elemento básico de la gestión institucional, expresada en la moral y conducta individual y grupal, de los funcionarios y empleados de una entidad, basada en sus deberes, en su código de ética, las leyes, en las normas constitucionales, legales y vigentes de una sociedad (Fonseca, 2011).

2.1.6 Control

El control es una importante herramienta de la gestión ya que este es un conjunto de mecanismos para lograr objetivos determinados en un plazo determinado (Estupiñan, 2013).

2.1.7 Control de gestión

El control de gestión es el examen de eficiencia y eficacia de las entidades de administración y de los recursos públicos, determinada mediante la evaluación de los procesos administrativos, la utilización de indicadores de rentabilidad pública y desempeño. El control de gestión es un proceso que sirve para guiar la gestión empresarial hacia los objetivos de la organización, es decir el control debe servir de modelo para alcanzar eficazmente los objetivos planteados con el mejor uso de los recursos disponibles (Fonseca, 2011).

Por ello se define como un proceso de retroalimentación de información de uso eficiente de los recursos disponibles de una empresa a fin de lograr los objetivos planteados. (Fonseca, 2011)

2.1.7.1 Instrumentos para el control de gestión

El control de gestión como cualquier sistema, este tiene instrumentos que sirven de ayuda para las entidades:

- Índices
- Indicadores
- Cuadros de Mandos
- Gráficas

- Análisis comparativo
- Control Integral (Fonseca, 2011)

.2.1.7.2 Objetivos del control de gestión.

- Atribuir responsabilidades a los diferentes empleados mediante el establecimiento de objetivos y su posterior cumplimiento.
- Controlar la evolución de la empresa desde un punto de vista de valores económicos e indicadores de gestión.
- Establecer un sistema de planificación estratégica en la empresa a largo plazo.
- Optimizar el funcionamiento interno del sistema de información de la organización.
- Medir la eficacia en la gestión de las estructuras jerárquicas y funcionales de la empresa. (Van Den, 2012)

2.1.7.3 Factores que afectan el control de gestión.

Dentro del contexto de factores que influyen en el control de gestión de una organización tenemos factores tanto internos como externos:

Factores Internos.

- El sistema de organización jerárquica de la empresa u organigrama funcional.
- La forma de dirigir la organización de los propietarios.
- El sistema de información que maneje la organización. (Van Den, 2012)

Factores Externos.

- La competencia externa, que obliga a adoptar estrategias diferentes.
- La legislación aplicable: Leyes, Reglamentos, Códigos, etc.
- La utilización de nuevas tecnologías para promocionar los productos. (Van Den, 2012)

2.1.8 Impacto

Es la tarea de evaluar el impacto parece constituir una gran dificultad para muchos proyectos y programas. Medir el impacto es concretamente, tratar de

determinar lo que se ha alcanzado. (Diccionario de la Real Academia de la Lengua)

El término impacto, como expresión del efecto de una acción, se comenzó a utilizar en las investigaciones y otros trabajos relacionados sobre el medio ambiente. Entonces, se puede observar que en todos los conceptos, el impacto se refiere a cambios producidos por una determinada acción. (Diccionario de Contabilidad y Finanzas, 2012)

El impacto organizacional puede definirse como el cambio generado en la organización como consecuencia de una innovación. De lo descrito por los autores, el impacto son cambios producidos a consecuencia de acciones tomadas en una organización sean estos positivos o negativos. (Zea, 2010)

2.1.9 Evaluación

Evaluación es la verificación del resultado esperado como consecuencia de la acción inmediata y del nivel de satisfacción de la gente a quien estaba dirigida la acción. (ADAG, 2010)

Es el proceso administrativo relacionado al control e información que opera como un instrumento de medición cuantitativa, en cuanto a los resultados y a la determinación del grado de eficiencia y efectividad alcanzadas luego de la ejecución o aplicación de cualquier sistema. (Dávalos, 2010)

De acuerdo a las dos definiciones, podemos mencionar que la evaluación es un proceso para medir como han sido alcanzados los objetivos y cuáles han sido los procedimientos utilizados para ello.

2.1.10 Seguimiento

Es un componente del control interno y es el proceso que valora la calidad del sistema de control interno a través del tiempo. El seguimiento es una actividad continua que provee información sobre el progreso de una política, programa o entidad, mediante la comparación de avances periódicos y metas predefinidas. Con un enfoque orientado hacia el desempeño, proporciona elementos para la acción correctiva y establece vínculos de responsabilidad entre los ejecutores y sus resultados, sin entrar a examinar de manera detallada la causalidad entre

las intervenciones y sus efectos. En consecuencia, seguimiento es el proceso que se desarrolla para evaluar el funcionamiento de una actividad en marcha o de los resultados obtenidos, su objetivo es mejorar la eficacia y efectividad de un proyecto y organización. Se basa en metas establecidas y actividades planificadas durante distintas fases del trabajo de investigación. (Fonseca, 2011)

2.1.11 Desempeño

El desempeño son resultados obtenidos de procesos o de productos, que permiten evaluarlos y compararlos en relación a las metas, a los patrones, a los resultados históricos, u otros procesos y productos. Más comúnmente los resultados expresan satisfacción, insatisfacción, eficiencia y eficacia y pueden ser presentado en términos financiero o no. (Fonseca, 2011)

El concepto de desempeño ha sido tomado del inglés performance o de perform. Aunque admite también la traducción como rendimiento, será importante conocer que su alcance original tiene que ver directamente con el logro de objetivos. Es la manera como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad.

De los conceptos señalados podríamos decir, que es la evaluación que toda empresa o entidad debe aplicar en el cumplimiento de metas y objetivos de sus programas o proyectos, con el fin de conocer sus resultados y de ser necesario aplicar correctivos para el normal funcionamiento de la entidad.

2.1.12 Planificación

La planificación constituye el paso inicial de cualquier actividad, su propósito es la provisión de los recursos básicos en la producción de bienes o realización de servicios con factibilidad técnica, financiera o de funcionamiento hasta su culminación. La planificación es la determinación o fijación metódica de objetivos y metas, con determinación de los recursos humanos, materiales, tecnológicos y económico financiero para alcanzarlos. Es importante recalcar que el inicio de cualquier actividad o investigación empieza con una planificación de lo que se va a realizar en determinados procesos. (Gómez, 2009)

2.1.13 La eficiencia de los planes

La eficiencia de un plan se mide por su contribución al propósito y a los objetivos que se persigan, a un costo razonable, donde el costo se mide no sólo en términos de tiempo, dinero o producción sino también por el grado de satisfacción individual y de grupo.

- **Conciencia de las oportunidades:** El primer paso de la planeación consiste en determinar las posibles oportunidades futuras, visualizarlas con claridad y de manera completa, saber en dónde nos encontramos a la luz de nuestras fuerzas y debilidades, comprender qué problemas deseamos resolver y por qué, saber lo que esperamos ganar.
- **Establecimiento de objetivos:** El segundo paso estriba en establecer objetivos para toda la empresa en general, después para cada área de la compañía y dentro de ella para cada cargo, tanto a corto como a largo plazo. Los objetivos especifican los resultados esperados e indican la forma como debe hacerse, a qué habrá que darle prioridad y que habrá de lograrse mediante la red de estrategias, políticas, procedimientos y reglas, presupuestos y programas; creando puntos de control que sirvan, en la ejecución, para evaluar los resultados, acorde con los objetivos pre planeados.
- **Desarrollo de las premisas:** un tercer paso lógico en la planeación reside en establecer, circular y obtener un consenso para utilizar las premisas críticas de planeación así como los pronósticos, las políticas básicas aplicables y los planes existentes de la empresa.
- **Determinación de cursos de acción alternativas:** el cuarto paso de la planeación consiste en buscar y examinar cursos alternativos de acción, en especial aquellos que no son inmediatamente evidentes. El problema más común no es encontrar alternativas sino reducir su número, de modo que pueda analizarse la más prometedora.
- **Evaluación de recursos de acción alternativos:** después de haber buscado otras opciones y de haber examinado sus puntos fuertes y débiles, a continuación se las debe evaluar, sopesándolas a la luz de las premisas y las metas.

- Selección de un curso de acción: este es el punto en el cual se adopta el plan, el punto real de la toma de decisiones, la que se define como la selección entre diferentes alternativas de un curso de acción. No puede decirse que existe un plan hasta que se haya tomado una decisión: un compromiso de recursos y de dirección.

El siguiente paso consiste en determinar la forma y medios como se comunicará la decisión a los subalternos para que éstos la conozcan, la asimilen y la ejecuten de acuerdo con los alineamientos y planes de la gerencia.

Una cosa es diseñar un plan de acción, estudiado y conocido por unos pocos que son los que planean y otra cosa en divulgarlo y hacerlo conocer por las personas que lo van ejecutar. Al hacer conocer la decisión debe pensarse en la persona que va a recibir el mensaje, diseñando técnicas, ayudas o ejemplos que le faciliten su conocimiento, su aprendizaje y su posterior implementación.

- Evaluación de los resultados de la decisión: normalmente se nombra un comité integrado por los participantes en el proyecto o en la decisión para que evalúe en un tiempo prudencial el resultado de la decisión tomada, para que realice el análisis de lo planeado contra lo ejecutado y tome las medidas correctivas en la planeación o en la ejecución. (Van Den, 2012)

2.1.14 Planeación estratégica

La planeación estratégica es el proceso de seleccionar las metas de la organización, determinar las políticas, estrategias y planes necesarios para alcanzar los objetivos pre establecidos y establecer los métodos, sistemas y controles necesarios para asegurarse de que sean cumplidos acorde a lo planeado. La planeación estratégica se puede definir como el proceso mediante el cual la empresa se relaciona con un medio ambiente, la competencia, el mercado nacional y extranjero, mediante unos pasos lógicos para llegar a un objetivo predeterminado.

Se deben establecer pronósticos para determinar objetivos y metas cuantificables que pueden orientar las operaciones de la empresa, gracias al

uso de técnicas como proyección de mercados y la planeación de la producción, considerar la posición competitiva de la empresa en el medio macroeconómico actual con proyección al futuro, buscar alternativas estratégicas e identificar las oportunidades, amenazas, fortalezas, y debilidades con relación a la competencia.

El propósito esencial de la planeación estratégica radica en lograr una ventaja competitiva sostenible en el largo plazo. La planeación estratégica es un proceso en el que se toma un conjunto de decisiones interactivas y superpuestas que conducen al desarrollo de una estrategia eficaz a largo plazo. Su objetivo es administrar el capital humano en forma colectiva para conseguir los objetivos económicos de la empresa.

Debe anticiparse a los cambios en el medio ambiente, en la economía, en el mercado y en el gusto de los consumidores potenciales y reales y rápidamente cambiar y adaptarse, acorde a sus capacidades, a las condiciones cambiantes del mercado. El proceso formal de la planeación estratégica se lleva a cabo en varios pasos:

1. La Junta Directiva y el Gerente General determinan los objetivos que deben cumplirse y el propósito de su realización.
2. Formulación de metas: La Junta Directiva y el Gerente General fijan las metas que van a determinar sus actividades a corto plazo.
3. Determinación de las estrategias y análisis de la situación actual de la empresa: es posible que se requiera un cambio de la organización y en la estructura de la organización.
4. Análisis ambiental: determinación de los aspectos y factores del medio ambiente nacional e internacional, económico, tecnológico, cultural, político y legal que influyen actualmente y en un futuro sobre la empresa para poder alcanzar sus objetivos.
5. Análisis de los recursos: con el fin de analizar las fortalezas y debilidades con relación a la competencia, se deben analizar los recursos y destrezas de la empresa en las áreas financieras, de mercados, de gestión, de producción y de tecnología, para determinar

en cuales puede competir con ventaja la compañía con relación a sus principales competidores.

6. Identificación de oportunidades y amenazas: se debe evaluar la oportunidad que tenga la empresa y las amenazas que se puedan presentar, para realizar una estrategia de tal forma que las amenazas se convierten en oportunidades.
7. Determinar los cambios estratégicos: analizando los pasos anteriores se deben determinar qué cambios se deben realizar en la organización y en su operación de tal forma que se maximice la posibilidad de tener resultados con base a los objetivos y estrategias planeados.
8. Toma de decisiones estratégicas. Se debe identificar, evaluar y seleccionar las posibles alternativas ante diferentes escenarios, con el fin de seleccionar la mejor que se adapte a las capacidades y recursos de la empresa, con el fin de lograr los mejores resultados.
9. Ejecución de la estrategia seleccionada: realización de la estrategia, incorporando en las labores de la gestión y operacionales de la organización.
10. Control de proceso: comprobación continua de los resultados a medida que se va ejecutando el plan estratégico, realizando los cambios necesarios, si se han presentado modificaciones en el entorno socioeconómicos de la empresa, de tal forma que el plan estratégico se dirige hacia los objetivos planeados.

La empresa debe realizar su plan estratégico cada dos o tres años o más continuamente, cuando la situación macroeconómica o del entorno de la administración haya tenido grandes variaciones que afecten fuertemente la gestión o las operaciones de la organización, en cuyo caso se debe llevar a cabo un plan estratégico. (Van Den, 2012)

2.1.15 Presupuestos

Los presupuestos varían mucho en exactitud, detalle y propósito, algunos varían de acuerdo con el nivel de producción de la organización. Los organismos gubernamentales desarrollan presupuestos por programa en los cuales la institución y cada departamento identifican metas, prepara programas

detallados para alcanzar las metas y estima el costo de cada programa. El presupuesto es un medio para prever y decidir la producción que se va a realizar en un período determinado, así como para asignar formalmente los recursos que esa producción exige en la praxis de una institución, Sector o Región.

El presupuesto es una herramienta fundamental para la administración financiera y como tal, debe estar expresado en valores monetarios. No obstante hay unidades monetarias de distintas características que pueden facilitar o entorpecer su aplicación en cada uno de los usos que se le espere dar. El presupuesto debe concebirse como la expresión concreta de un plan integrado de operación, o sea la expresión máxima de la traducción en términos financieros de los planes de toda institución. (Zea, 2010)

2.2 Fundamentación conceptual

2.2.1 Gestión

Gestión es un proceso mediante el cual la entidad asegura la obtención de recursos y su empleo eficaz y eficiente en el cumplimiento de sus objetivos. Esto busca fundamentalmente la supervivencia y crecimiento de la entidad, se desarrolla dentro del marco determinado por los objetivos y políticas establecidos por el plan de desarrollo estratégico e involucra a todos los niveles de responsabilidad de la entidad. (Robbins, 2009)

Gestión es la acción y el efecto de administrar o gestionar un negocio, a través de una gestión se llevarán a cabo diversas diligencias, trámites, los cuales, conducirán al logro de un objetivo determinado de un negocio. (<http://www.definicionabc.com/economia/empresarial.php>)

En tal virtud, gestión es una tarea que requerirá de conciencia, esfuerzo, recursos y buena voluntad, ya que estará orientada a alcanzar objetivos propuesto de una Institución sea esta pública o privada, se sirve de diversos instrumentos para poder funcionar, el que hace referencia al control y mejoramiento de los procesos, el que se encuentra en archivos, ya que se

encargan de conservar datos y por último los instrumentos para afianzar datos y tomar decisiones acertadas.

2.2.2 Gestión Administrativa

La gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que del ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa. (Chiavenato, 2010)

La Gestión Administrativa es la acción que se desarrolla a base de una facultad concedida para el uso de los recursos disponibles de una entidad, con el fin de alcanzar y ejercitar sus objetivos, mediante los mecanismos de la planificación, organización, dirección, coordinación y control como elementos del proceso administrativo. (Van Den, 2012)

Entonces, podemos decir que la Gestión Administrativa es vital para las operaciones fundamentales de una empresa, puesto que es un conjunto de acciones que se realizan en una empresa con el fin de seguir los objetivos, en el que el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que realiza la empresa.

2.2.3 Gestión Administrativa Moderna

La gestión administrativa moderna es la acción de confeccionar una sociedad que sea económicamente estable cumpliendo con una mejora en cuanto a las normas sociales y con un gobierno que sea mucho más eficaz. Pero si nos referimos a la gestión administrativa de una empresa entonces debemos tener en claro que la misma funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador. (Van Den, 2012)

Si bien es cierto, toda Institución está formado por individuos que trabajan en grupo para cumplir los objetivos planteados y se desenvuelve ejecutando varias tareas que se apoyan en la Gestión Administrativa Moderna, las cuales están

basadas en los principios de eficacia, transparencia y responsabilidad, cuyo fin es el crecimiento y desarrollo tanto en el ámbito socioeconómico del país.

2.2.4 Cultura empresarial

La cultura empresarial es lo que identifica la forma de ser de una empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias y talantes colectivos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar. (http://www.excelencia-empresarial.com/Cultura_Empresarial.htm)

Se define como cultura empresarial como el conjunto de valores, principios, normas, percepción de vida, conocimientos de los procesos productivos, que rigen el funcionamiento de la empresa. (<http://www.pymesyautonomos.com/management/como-se-define-la-cultura-empresarial-en-la-pyme>)

La cultura empresarial son los valores-el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y capacidades- adquiridos por el hombre dentro de una organización o hacia el exterior de la institución, que caracterizan a las actividades, opiniones y acciones de la misma.

2.2.5 Control

El control es una importante herramienta de la gestión ya que este es un conjunto de mecanismos para lograr objetivos determinados en un plazo determinado. (<http://www.definicion.org/control>)

Es un mecanismo preventivo y correctivo adoptado por la administración de una dependencia o entidad que permite la oportuna detección y corrección de desviaciones, ineficiencias o incongruencias en el curso de la formulación, instrumentación, ejecución y evaluación de las acciones, con el propósito de procurar el cumplimiento de la normatividad que las rige, y las estrategias, políticas, objetivos, metas y asignación de recursos. (Fonseca, 2011)

Por lo tanto, control es una necesidad en cualquier actividad humana, es una forma de prevenir y corregir errores, es el proceso para determinar que se está llevando a cabo, verificando si todo se está realizando de conformidad con lo planeado, puesto que es un medio para alcanzar los objetivos preestablecidos.

2.2.6 Control de Gestión

El control de gestión es el examen de eficiencia y eficacia de las entidades de administración y de los recursos públicos, determinada mediante la evaluación de los procesos administrativos, la utilización de indicadores de rentabilidad pública y desempeño. (Estupiñan, 2013)

Se trata de un proceso que permite guiar a la gestión empresarial a los objetivos que se ha planteado y a su vez es un instrumento que permite evaluarla, presenta un diagnóstico o análisis que permite entender las causas que condicionan el comportamiento de las variables técnicas – organizativas y sociales con el resultado económico que presenta la empresa. (<http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/4594/que-es-el-control-de-gestion/>)

Control de Gestión permite determinar si los resultados satisfacen los objetivos planteados por la organización, es el proceso a través del cual los directivos se aseguran de que los recursos de una organización se obtienen y utilizan de forma eficaz y eficiente, permitiendo tener la seguridad que las decisiones estratégicas y operativas han sido coherentes en su ejecución.

2.2.7 Impacto

Es la tarea de evaluar el impacto parece constituir una gran dificultad para muchos proyectos y programas. Medir el impacto es concretamente, tratar de determinar lo que se ha alcanzado. (Chiavenato, 2010)

El término impacto, como expresión del efecto de una acción, se comenzó a utilizar en las investigaciones y otros trabajos relacionados sobre el medio ambiente. Entonces, se puede observar que en todos los conceptos, el impacto se refiere a cambios producidos por una determinada acción. (SINERGIA, 2009)

2.2.8 Evaluación

Evaluación es la verificación del resultado esperado como consecuencia de la acción inmediata y del nivel de satisfacción de la gente a quien estaba dirigida la acción. (Gómez, 2009)

Es el proceso administrativo relacionado al control e información que opera como un instrumento de medición cuantitativa, en cuanto a los resultados y a la determinación del grado de eficiencia y efectividad alcanzadas luego de la ejecución o aplicación de cualquier sistema. (RAE, 2009)

La evaluación es el proceso dinámico a través del cual, e indistintamente una empresa, organización o institución académica puede conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y flaquezas y así reorientar propuestas o bien focalizarse en aquellos resultados positivos.

2.2.9 Planificación

La planificación constituye el paso inicial de cualquier actividad, su propósito es la provisión de los recursos básicos en la producción de bienes o realización de servicios con factibilidad técnica, financiera o de funcionamiento hasta su culminación. (Gómez, 2009)

La Planificación es la primera función de la administración y consiste en determinar las metas u objetivos a cumplir. Cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector que consiste en minimizar riesgos, reduciendo la incertidumbre que rodea el al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción consiste administrativa determinada. (<http://www.oocities.org/es/miguelsgf/planificacion/t1/t1.htm>)

Por tanto, la planificación es seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro deseado, es teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos.

2.2.10 Empresa

La empresa es la unidad económico – social con fines de lucro, en la que el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección se coordinan para llevar a

cabo una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa los factores productivos: capital, trabajo y recursos materiales. (Estupiñan, 2013)

Es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. (Sarmiento, 2009)

Entonces decimos que una empresa es una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar servicios que cubra una necesidad, es productiva, dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tiene ánimo de lucro.

2.2.11 Política

La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. Normas de carácter general que regulan el proceder organizacional, basados en el proceso administrativo, a saber: previsión, planificación, ejecución, dirección y control. (Dávalos, 2010)

La política de una organización es una declaración de principios generales que la empresa u organización se compromete a cumplir. En ella se dan una serie de reglas y directrices básicas acerca del comportamiento que se espera de sus empleados y fija las bases sobre cómo realizar las actividades de la empresa. (<http://www.pdcahome.com/2551/como-crear-la-politica-de-tu-empresa-definiciones-requisitos-y-tipos-de-politicas/>)

La política empresarial supone un compromiso formal de la empresa con la calidad, por lo que ha de ser difundida interna y externamente, a fin de dar a conocer las reglas y directrices básicas acerca del comportamiento que se espera de sus empleados o colaboradores, aquí se define la filosofía de la empresa, la implantación de sistemas de mejora continua, la necesidad de gestionar las actividades por procesos y de minimizar el impacto ambiental mediante una buena gestión de los recursos.

2.2.12 Supervisión

Requisito esencial en la auditoría que conduce a un adecuado control y dirección en todas las etapas, para que asegure que los procedimientos, técnicas y pruebas que se realizan, se vinculen en forma competente y eficaz con los objetivos que se persiguen. (Estupiñan, 2013)

La supervisión es una herramienta indispensable en el proceso de seguimiento y de evaluación de programas y proyectos; el supervisor debe asegurarse que las instrucciones sean aplicadas, lo que supone que sus instrucciones (normas, reglamentos) deben ser conocidas, comprendidas, aceptadas y disponibles para el supervisado; además tiene que motivar al personal, ayudándole a desempeñarse mejor, permitiéndole su identificación con los objetivos institucionales; también constituye un canal importante de comunicación de doble retroinformación inmediata que informa al personal sobre la calidad científica y humana del servicio y los problemas detectados. (ADAG, 2010)

La supervisión es la observación regular y el registro de las actividades que se llevan a cabo en un proyecto o programa, es controlar que tal progresan las actividades de una organización.

2.2.13 Actividades de control

Se refieren a las acciones que realizan la gerencia y otro personal de la entidad para cumplir diariamente con las funciones asignadas. Son importantes porque en sí mismas implican la forma correcta de hacer las cosas, así como también porque el dictado de políticas y procedimientos y la evaluación de su cumplimiento, constituyen el medio para lograr los objetivos (Fonseca, 2011).

Este criterio nos confirma que las actividades de control se ejecutan en todos los niveles de la organización y en cada una de las etapas de la gestión, están orientadas primordialmente hacia la prevención y neutralización de los riesgos.

2.2.14 Autocontrol

Es la capacidad que ostenta cada colaborador para controlar su trabajo, detectar desviaciones y efectuar correctivos para el adecuado cumplimiento de los resultados que se esperan en el ejercicio de su función, de tal manera que

la ejecución de los procesos, actividades y/o tareas bajo su responsabilidad, se desarrollen con fundamento en los principios establecidos. (Salvador, 2010)

Es la capacidad consciente de regular los impulsos de manera voluntaria, con el objetivo de alcanzar un mayor equilibrio personal y relacional. Una persona con autocontrol puede manejar sus emociones y regular su comportamiento. (<http://definicion.de/autocontrol/>)

2.2.15 Autogestión

Es la capacidad institucional de toda empresa para interpretar, coordinar, aplicar y evaluar de manera efectiva, eficiente y eficaz la función administrativa que le ha sido asignada por la directiva institucional. (Andrade, 2012)

La autogestión, que significa gestión por uno mismo, es el manejo de la empresa en todas las dimensiones, es la capacidad de dirigir, orientar la organización y las acciones que ella demanda.

2.2.16 Autorregulación

Es la capacidad institucional para aplicar de manera participativa al interior de las entidades, los métodos y procedimientos establecidos en la normatividad, que permitan el desarrollo e implementación del Sistema de Control Interno bajo un entorno de integridad, eficiencia y transparencia. (Salvador, 2010)

Se denomina autorregulación a la capacidad que posee una entidad para regularse a sí misma, lo cual supone un logro de equilibrio espontáneo, sin necesidad de la intervención de otros factores. (<http://definicion.mx/autorregulacion/>)

2.2.17 Indicador

Expresión matemática de lo que se quiere medir, con base en factores claves con un objetivo y cliente predefinido. Los indicadores por su tipo pueden ser históricos, estándar, teóricos, por requerimiento de los usuarios, por lineamiento político, planificado, entre otros. (Zea, 2010)

Un indicador es una media de resumen, que nos ayudan a medir objetivamente la evolución del sistema de gestión, se puede evaluar hasta qué punto se están logrando los objetivos estratégicos.

2.2.18 Indicadores de eficiencia

Se relacionan volúmenes de trabajo con los recursos. Se orientan hacia los costos y beneficios, se consideran de rendimiento ya que refieren oportunidades para producir los mismos servicios a un menor costo o producir más servicio por el mismo costo. (Matossian, 2010)

Los indicadores de eficiencia tiene que ver con la actitud y la capacidad para llevar a cabo un trabajo o una tarea con el mínimo de recursos, se mide tiempo de fabricación de un producto, razón de piezas/hora, rotación de inventarios.

2.2.19 Estrategias

Se refieren a los objetivos estratégicos a largo plazo de la empresa. Pueden estar condicionadas por áreas como la disponibilidad de capital, los riesgos políticos y soberanos, los cambios legales y de regulación, la reputación y los cambios en el entorno físico. (Estado, 2009).

Es un conjunto de acciones que son planificadas de manera tal que contribuyan a lograr un fin u objetivo de una empresa. (<http://definicion.mx/estrategia/>)

Estrategia es un plan para dirigir algo, se compone de una serie de pasos o pautas que ayudan a tomar decisiones y a alcanzar los objetivos trazados en una organización.

2.2.20 Normas

Norma es un término que proviene del latín y significa “escuadra”. Una norma es una regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas conductas o actividades. Es el ámbito del derecho, una norma es un precepto jurídico. (<http://definicion.de/norma/>)

Una norma es atendida como una regla del ordenamiento jurídico existente, por la cual el mismo tiene como objetivo ordenar el comportamiento de las personas en sociedad. Las normas son reglamentadas por autoridades

competentes, como es el caso del Poder Legislativo y delinea cuáles son los deberes de un ciudadano, a la vez que también a este mismo le otorga derechos. (<http://definicion.mx/norma/>)

2.2.21 Servicio público

El servicio público es la prestación de servicios de educación, salud, seguridad social, transporte, registro civil, así como de la provisión de agua, luz, teléfonos, etc. que son brindados por lo general por el Estado, de propia ejecución per se, o por terceros, mediante concesión, licencia, permiso, habilitación, pero siempre bajo fiscalización estatal; satisfacen primordialmente las necesidades de la comunidad o sociedad donde estos se llevan a cabo. (<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../4/Capitulo%23%203.doc>)

2.2.22 Atención al usuario

Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público. (<http://definicion.de/usuario/>)

2.3 Fundamentación legal

2.3.1 Ley Especial de Telecomunicaciones

Art. 1.- **Ámbito de la Ley.-** La presente Ley Especial de Telecomunicaciones tiene por objeto normar en el territorio nacional la instalación, operación, utilización y desarrollo de toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, imágenes, sonidos e información de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos.

Los términos técnicos de telecomunicaciones no definidos en la presente Ley, serán utilizados con los significados establecidos por la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Art. 6.- **Naturaleza del servicio.-** Las telecomunicaciones constituyen un servicio de necesidad, utilidad y seguridad públicas y son de atribución privativa y de responsabilidad del Estado.

Las telecomunicaciones relacionadas con la defensa y seguridad nacionales son de responsabilidad de los Ministerios de Defensa Nacional y de Gobierno.

Los servicios de radiodifusión y de televisión se sujetarán a la Ley de Radiodifusión y Televisión y a las disposiciones pertinentes de la presente Ley.

Art. 7.- Función básica.- Es atribución del Estado dirigir, regular y controlar todas las actividades de telecomunicaciones.

Art. 8.- Servicios finales y servicios portadores.- Para efectos de la presente Ley, los servicios abiertos a la correspondencia pública se dividen en servicios finales y servicios portadores, los que se definen a continuación y se prestan a los usuarios en las siguientes condiciones:

a) Servicios finales de telecomunicaciones son aquellos servicios de telecomunicación que proporcionan la capacidad completa para la comunicación entre usuarios, incluidas las funciones del equipo terminal y que generalmente requieren elementos de conmutación.

Forman parte de estos servicios, inicialmente, los siguientes: telefónico rural, urbano, interurbano e internacional; videotelefónico; telefax; burofax; datafax; videotex, telefónico móvil automático, telefónico móvil marítimo o aeronáutico de correspondencia pública; telegráfico; radiotelegráfico; de télex y de teletextos. También se podrán incluir entre los servicios finales de telecomunicación los que sean definidos por los organismos internacionales competentes, para ser prestados con carácter universal.

b) Servicios portadores son los servicios de telecomunicación que proporcionan la capacidad necesaria para la transmisión de señales entre puntos de terminación de red definidos. El régimen de prestación de servicios portadores se sujeta a las siguientes normas:

1. En este tipo de servicios existen dos modalidades:

a. Servicios que utilizan redes de telecomunicaciones conmutadas para enlazar los puntos de terminación, tales como la transmisión de datos por redes de conmutación de paquetes, por redes de conmutación de circuitos, por la red conmutada o por la red télex; y,

b. Servicios que utilizan redes de telecomunicación no conmutadas. Pertenecen a este grupo, entre otros, el servicio de alquiler de circuitos;

2. Los puntos de terminación de red a que hace referencia la definición de servicios portadores deberán estar completamente especificados en todas sus características técnicas y operacionales en los correspondientes Reglamentos Técnicos.

Art. 25.- Derecho al servicio.- Todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras, tienen el derecho a utilizar los servicios públicos de telecomunicaciones condicionado a las normas establecidas en los reglamentos y al pago de las tasas y tarifas respectivas. Las empresas legalmente autorizadas establecerán los mecanismos necesarios para garantizar el ejercicio de los derechos de los usuarios.

2.3.2 Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública

Art. 1.- Principio de Publicidad de la Información Pública.- El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado. Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.

Art. 3.- Ámbito de Aplicación de la Ley.- Esta Ley es aplicable a:

a) Los organismos y entidades que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República;

b) Los entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley;

- c) Las personas jurídicas cuyas acciones o participaciones pertenezcan en todo o en parte al Estado, exclusivamente sobre el destino y manejo de recursos del Estado;
- d) El derecho de acceso a la información de los diputados de la República se rige conforme a lo dispuesto en la Constitución Política de la República, en la Ley Orgánica de la Función Legislativa y su Reglamento Interno;
- e) Las corporaciones, fundaciones y organismos no gubernamentales (ONG's) aunque tengan el carácter de privadas y sean encargadas de la provisión o administración de bienes o servicios públicos, que mantengan convenios, contratos o cualquier forma contractual con instituciones públicas y/u organismos internacionales;
- f) Las personas jurídicas de derecho privado, que sean delegatarias o concesionarias o cualquier otra forma contractual de servicios públicos del Estado, en los términos del respectivo contrato;
- g) Las personas jurídicas de derecho privado, que realicen gestiones públicas o se financien parcial o totalmente con recursos públicos y únicamente en lo relacionada con dichas gestiones o con las acciones o actividades a las que se destinen tales recursos; y,
- h) Las personas jurídicas de derecho privado que posean información pública en los términos de esta Ley.

Art. 5.- Información Pública.- Se considera información pública, todo documento en cualquier formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas a las que se refiere esta Ley, contenidos, creados u obtenidos por ellas, que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Métodos y técnicas

La presente investigación se fundamenta en una metodología cuyo objetivo constituye la base de adquirir conocimientos permitiendo la elección del método adecuado que nos permita conocer la realidad de la investigación; detallando las unidades de análisis o de investigación, las técnicas y procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo dicha información.

3.1.1 Métodos de investigación

Los métodos de investigación establecieron la vía para llegar al conocimiento científico; sirvió de instrumento para alcanzar los fines de la investigación. Para el desarrollo de la investigación se emplearon los siguientes métodos:

3.1.1.1 Método explicativo

Este método nos sirvió para el establecimiento de las principales características del servicio que oferta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme y de su gestión administrativa y financiera; se aplicó el método explicativo, aplicando los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios, a través de la técnica de la investigación bibliografía y documental.

3.1.1.2 Método analítico

Para el desarrollo de la encuesta, con el propósito de obtener el conocimiento acerca de los servicios que brinda la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme, se empleó el método analítico o conclusión inmediata. Se obtuvo el juicio de una sola premisa, es decir que se llega a una conclusión directa sin intermediarios, aplicando la técnica de la encuesta a una muestra de la población de usuarios, que son las personas con posibilidades de acceder a créditos por parte de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme. Mediante el método analítico se hizo posible la unificación de las diferentes partes o procesos del diagrama de flujo de estos, los cuales fueron determinados a través del método analítico.

Asimismo, mediante este método se posibilitó la integración de los ítems del instrumento a aplicar para la consecución de la encuesta, para así estar en condiciones de decidir sobre la incidencia de los servicios de la Corporación

Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme en los usuarios del Cantón El Empalme, según los parámetros económicos – financieros calculados.

3.1.1.3 Método descriptivo

El objeto de la investigación descriptiva consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos. En la investigación descriptiva se analizan los datos reunidos para descubrir así, cuáles variables están relacionadas entre sí. Sin embargo, es habitualmente difícil interpretar qué significan estas relaciones. El investigador puede interpretar los resultados de una manera, pero desgraciadamente ésta será a menudo sólo una de las varias maneras de interpretarlos

Los objetivos específicos del estudio se alcanzaron mediante la utilización del método descriptivo. A través de la descripción se extrapolaron los aspectos obtenidos de la encuesta realizado en una muestra, hasta la población total de los usuarios del Cantón El Empalme y, a partir de su información, se describieron los valores de los parámetros económicos – financieros necesarios para determinar la incidencia en la gestión administrativa y financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme.

3.1.2 Técnicas de Investigación

Las técnicas empleadas fueron las siguientes:

3.1.2.1 Entrevista

La entrevista es un acto de comunicación oral, que se realiza entre dos o más personas; en este proyecto se hizo necesario la aplicación de esta técnica como un recurso necesario para obtener información directa por parte de los funcionarios que laboran en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme.

3.1.2.2 Encuesta

La encuesta permitió adquirir información directa de parte de nuestra población objetivo, permitiendo sustentar el proyecto de investigación, de tal forma que el

criterio de los encuestados sea mucho más real, basados en criterios de acuerdo a cada una de sus necesidades empresariales y personales, entre ellas la necesidad de acceder a los servicios que oferta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme.

Esta técnica de la encuesta se ejecuta, a través de un cuestionario pre establecido con preguntas dirigidas, cuyos indicadores tienen la finalidad de cubrir todas las áreas para obtener datos que servirán para lograr los resultados y determinar conclusiones y recomendaciones generales.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1. De campo

Esta investigación permitió extraer los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos con el fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

3.2.2 Bibliográfica

La investigación bibliográfica permitió la recopilación de información, a través de textos, normativas legales y cualquier tipo de documento relacionado con los sistemas crediticios y su impacto en los usuarios.

3.3 Diseño de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el diseño no experimental el cual parte de una concepción general, el mismo que tiene como referencia el conjunto de conocimientos necesarios para el desarrollo de un trabajo investigativo. Mediante este diseño, se llegó a la afirmación de que se requieren de una serie de procedimientos de carácter general científico.

Se planteó los problemas de investigación, los objetivos tanto general como los específicos, las hipótesis, así como las variables dependientes e independientes; las variables mencionadas requirieron de la manipulación adecuada hasta obtener los resultados que permitieron comprobar o disprobar las hipótesis de investigación.

El proceso de medición de la variable es en realidad toda la fase de la recolección de datos y por ello se plantea diversas formas de medición, entre los elementos de medición, estuvieron: el cuestionario, la observación y las encuestas a los directivos de la entidad evaluada.

Para el desarrollo del marco teórico, se procedió a establecer las categorías de análisis mediante las cuales se determinó el fenómeno de la investigación, luego fue necesario indicar las categorías de la investigación para así poder determinar los títulos y subtítulos del marco teórico, el cual sirvió de base para la comprensión del campo problemático de la investigación. Al realizar el marco teórico se tomó en cuenta la fundamentación teórica, así como la definición de términos relacionados a las variables de la investigación.

Cabe indicar que se realizaron visitas semanales por parte del investigador; a las instalaciones de la organización analizada, para aplicar las técnicas de investigación a todo el personal involucrado lo que permitió obtener información necesaria y requerida que sirvió para el análisis y aplicación de la información. Fue necesario revisar toda la información de operación para extraer muestras y determinar los resultados.

Para el análisis e interpretación de los resultados se tomaron en cuenta los datos cualitativos y cuantitativos que nos proporcionaron en la entidad. Luego se procedió a preparar la información para su depuración y organización con el fin de que esta sea confiable y exacta lo que permitió realizar un análisis claro, preciso y oportuno de acuerdo a las respuestas que dieron los entrevistados. Finalmente, se estudiaron las características de los datos obtenidos en la investigación, que permitirán aceptar o rechazar las hipótesis planteadas.

3.4 Población y muestra

El objetivo de la investigación cuantitativa es recoger información primaria para estudiar cuantos elementos de una población poseen una determinada característica, cuántos son consumidores, cuantos establecimientos hay como competidores y cuántos están en capacidad de ser clientes potenciales de los servicios que oferta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Agencia El Empalme. La selección de los elementos muestrales se hicieron mediante

procedimientos aleatorios. Se persiguió en todo momento extraer datos que sean representativos estadísticamente de la población objeto de estudio.

Se utilizó la técnica cuantitativa de la encuesta, por ser una de las herramientas cuantitativas más utilizadas a la hora de obtener información primaria. Se definió la población a estudiar o universo de estudio, comprendido por el número de usuarios

Tamaño de la muestra

La muestra es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse al mismo, y con la condición de que sean representativos de la población.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{U_o Z^2 P Q}{(U_o - 1) e^2 + P Q Z^2}$$

n= Tamaño de la muestra para la encuesta

e= Margen de error

Z= Nivel de confianza

U_o = Población

P= Probabilidad de aceptación

Q= Probabilidad de rechazo

DETALLE:

Z= 95% = 1,960

e= 5% (0,05)

U_o = 12651¹

P= 50%

Q= 50%

$$n = \frac{(12651)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(12651 - 1) (0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,960)^2}$$

¹ Datos proporcionados por la empresa CNT.

$$n = \frac{12150,02}{31,63 + 0,9604}$$

$$n = \frac{12150,02}{32,5854}$$

$$n = 385 \text{ encuestas}$$

Cuadro N° 1.- Personal entrevistado

FUNCIÓN	N°
Jefe de Agencia	1
Supervisor operativo	1
Asesores comerciales	3
TOTAL	5

Elaborado por: Autora de tesis

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Análisis situacional de la gestión administrativa y financiera para la satisfacción del cliente.

ENCUESTA A LOS USUARIOS

Pregunta N° 1.- ¿Qué tipo de servicio usa usted en la empresa CNT?

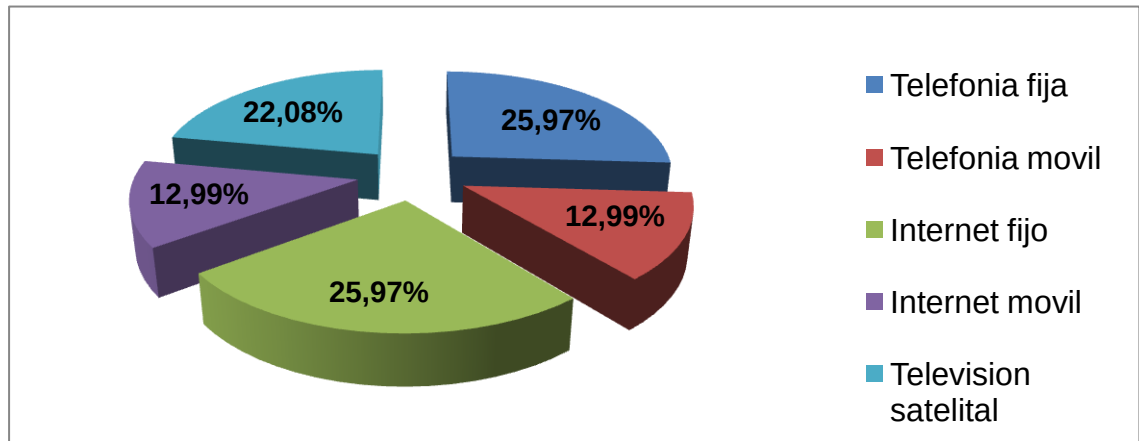
Cuadro N° 2.- Tipo de servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Telefonía fija	100	25,97 %
Telefonía móvil	50	12,99 %
Internet fijo	100	25,97 %
Internet móvil	50	12,99 %
Televisión satelital	85	22,08 %
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 1.- Tipo de servicio



Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

Los resultados de la encuesta demostraron que un 25,97 % usan telefonía fija, un 12,99 % utilizan telefonía móvil, un 25,97 % utilizan internet fijo, el 12,99 % de los abonados pertenecen al grupo de internet móvil mientras que el 22,08 % poseen televisión satelital.

Pregunta N° 2.- ¿Los servicios que ofrece la empresa CNT, satisface sus necesidades cotidianas?

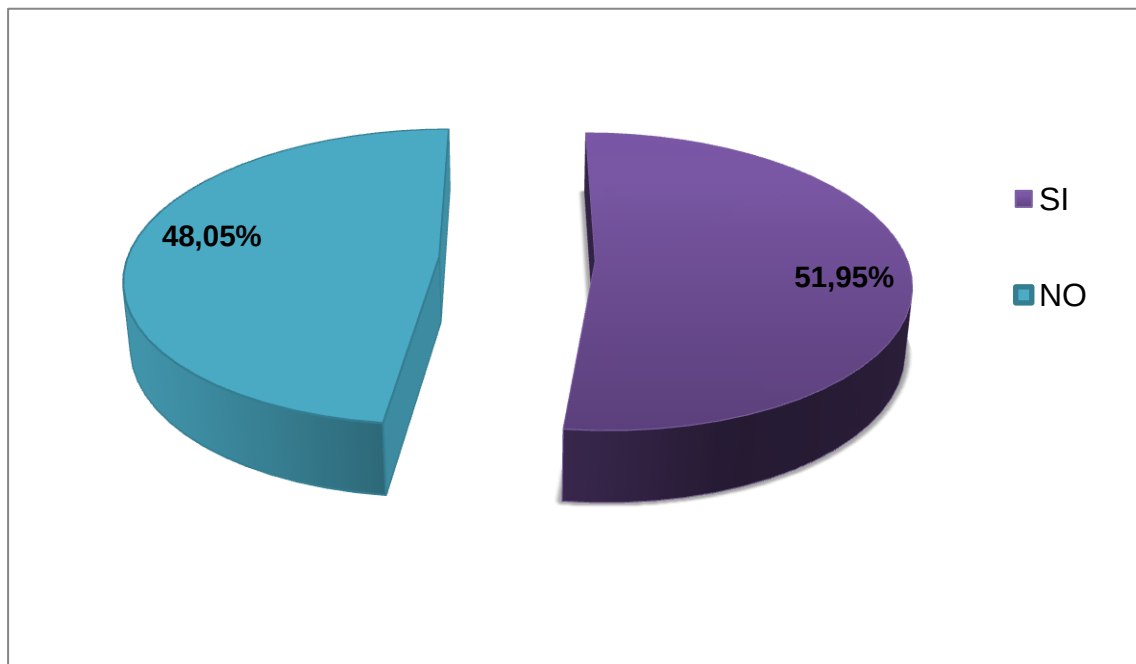
Cuadro n° 3.- Satisface necesidades cotidianas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	200	51,95 %
NO	185	48,05 %
Total	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 2.- Satisface necesidades cotidianas



Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

Según la encuesta realizada se demostró que el 51,95 % indicaron que los servicios que ofrece la empresa satisface sus necesidades cotidianas, mientras que el 48,05 % indicaron que NO.

Pregunta N° 3.- ¿Cuál es el tipo de atención recibida por los funcionarios de la empresa CNT se muestra dispuesto a ayudar?

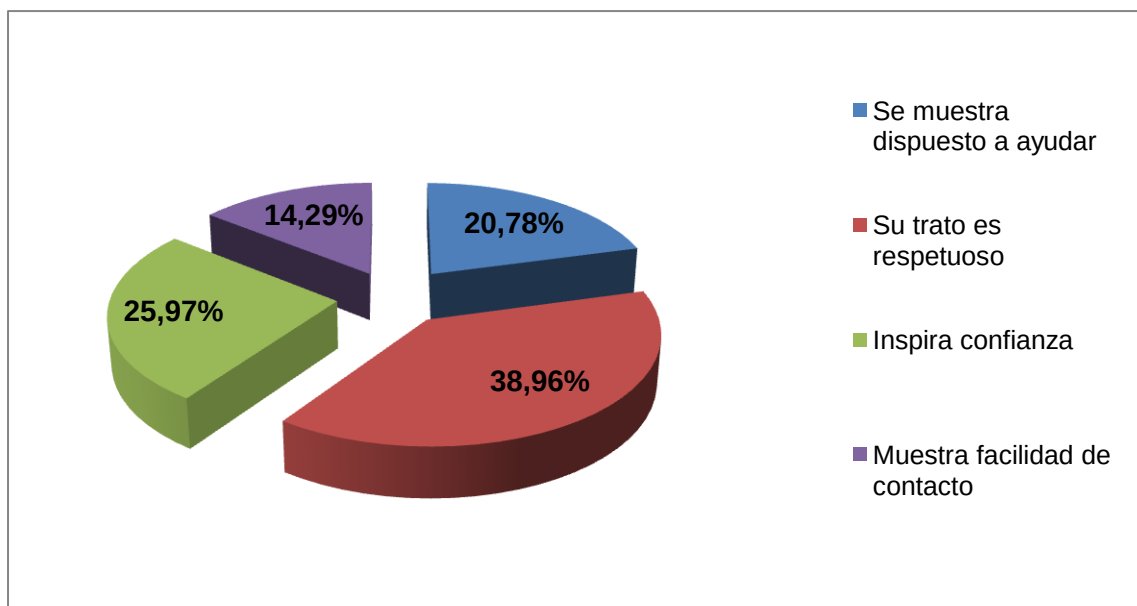
Cuadro N° 4.- Tipo de atención

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Se muestra dispuesto ayudar	80	20,78 %
Su trato es respetuoso	150	38,96 %
Inspira confianza	100	25,97 %
Muestra facilidad de contacto	55	14,29 %
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 3.- Tipo de atención



Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

En la encuesta realizada se observó que el 38,96 % opina que el trato de los funcionarios es respetuoso, un 25,97 % cree que los funcionarios inspiran confianza, el 20,78 % expreso que los funcionarios se muestran dispuesto a ayudar, y el 14,29 % indico que muestran facilidad de contacto.

Pregunta N° 4.- ¿Son despejadas todas sus dudas respecto a la información que usted solicita?

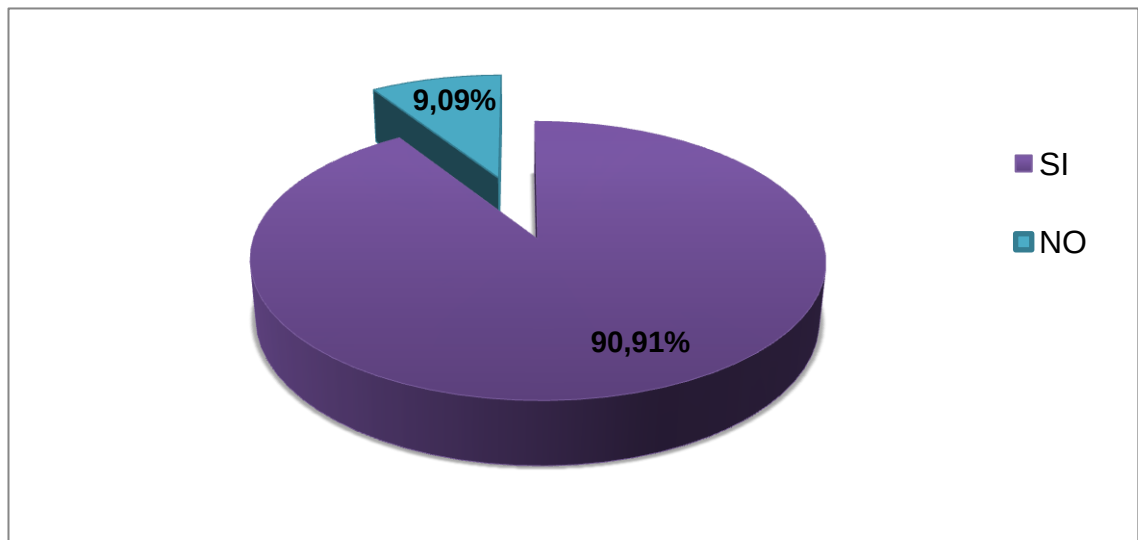
Cuadro N° 5.- Dudas despejadas de información solicitada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	90,91 %
NO	35	9,09 %
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 4.- Dudas despejadas respecto a información solicitada



Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 90,91 % indicaron que SI son despejadas las dudas respecto a la información que se solicita, mientras que el 9,09 % indicaron que NO.

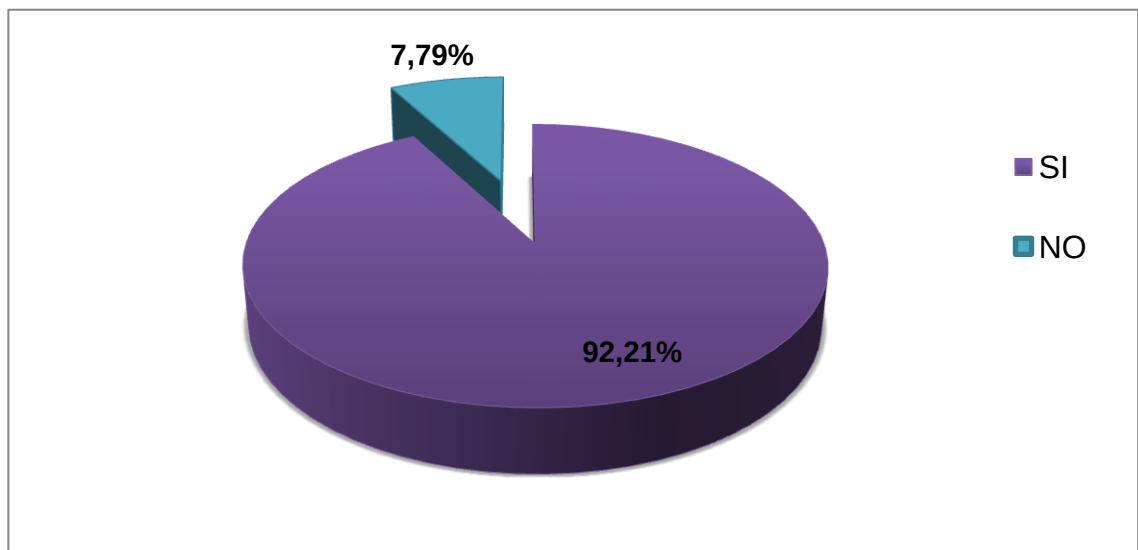
Pregunta N° 5.- ¿Considera usted que el personal que trabaja en CNT, posee los conocimientos suficientes para despejar cualquier inquietud de los clientes?

Cuadro N° 6.- Conocimientos suficiente del personal

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	355	92,21 %
NO	30	7,79 %
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 5.- Conocimientos suficiente del personal



Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

Según a la encuesta realizada el 92,21 % indicaron que el personal SI posee conocimientos suficiente para despejar inquietudes al cliente, mientras que el 7,79 % indicaron que NO.

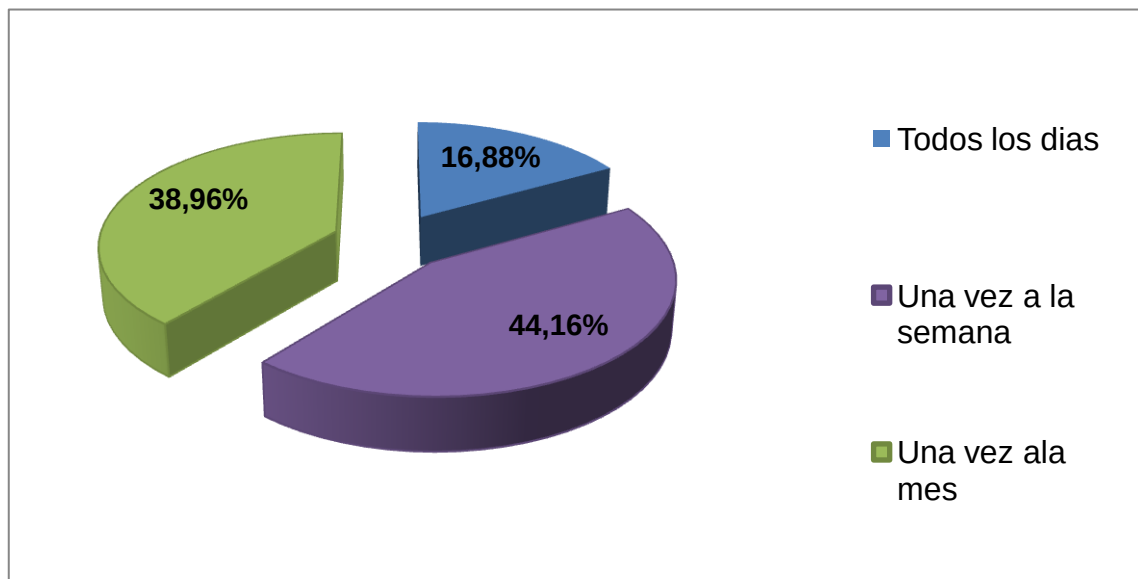
Pregunta N° 6.- ¿Con que frecuencia acude usted a las instalaciones de la empresa CNT?

Cuadro N° 7.- Frecuencia a la que acude a la empresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días	65	16,88 %
Una vez a la semana	170	44,16 %
Una vez al mes	150	38,96
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 6.- Frecuencia a la que acude a la empresa



Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

De acuerdo a los resultados de la encuesta que con el 44,16 % una vez a la semana, un 38,96 % una vez al mes, y el 16,88 % todos los días.

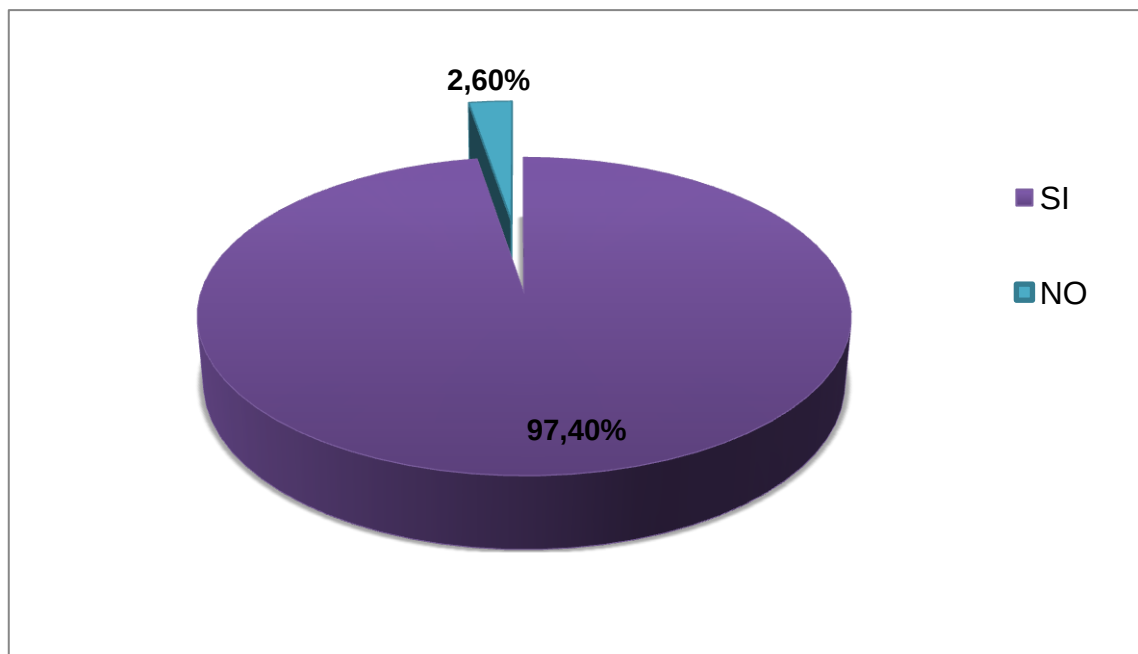
Pregunta N° 7.- ¿Considera usted que son adecuados los horarios que tiene CNT para la atención al cliente?

Cuadro N° 8.- Horarios de atención

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	375	97,40 %
NO	10	2,60 %
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 7.- Horarios de atención



Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta el 97,40 % indicaron que son adecuados los horarios de atención al cliente, mientras que el 2,60 % indicaron que NO.

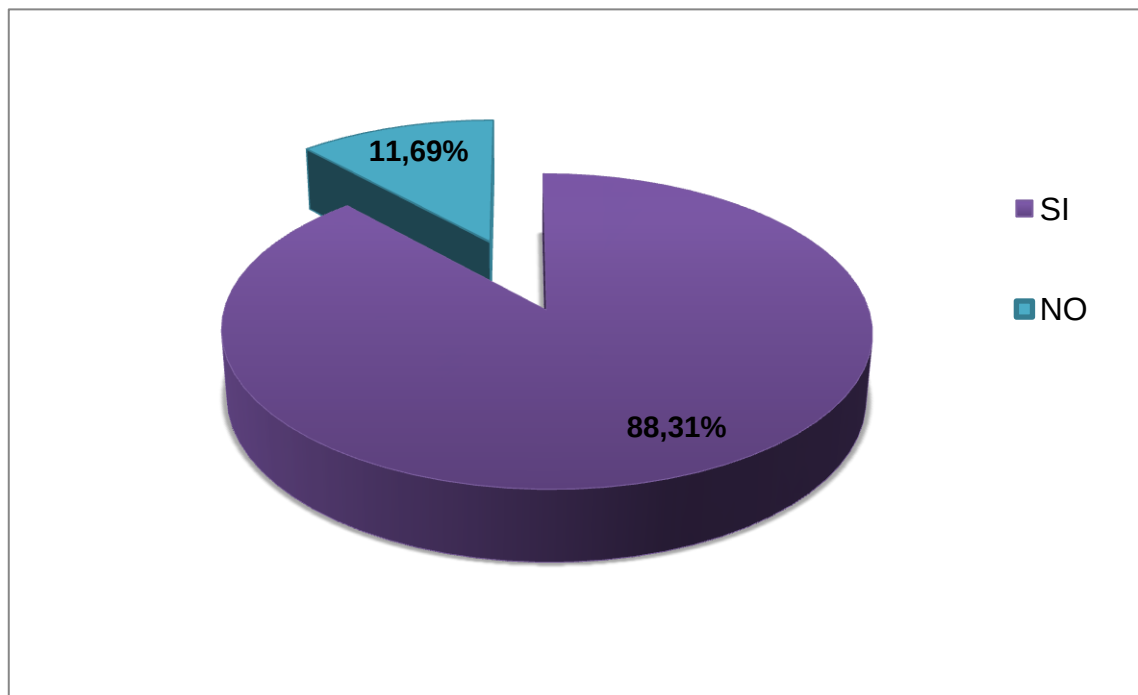
Pregunta N° 8.- Al momento de realizar un trámite relacionado con los servicios que oferta la empresa ¿Se satisface su requerimiento?

Cuadro N° 9.- Satisfacción del requerimiento

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	340	88,31 %
NO	45	11,69 %
TOTAL	385	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 8.- Satisfacción del requerimiento



Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

Según a la encuesta realizada se demostró con el 88,31 % que SI satisface sus requerimientos al momento de realizar un trámite, mientras que el 11,69 % indicaron que NO.

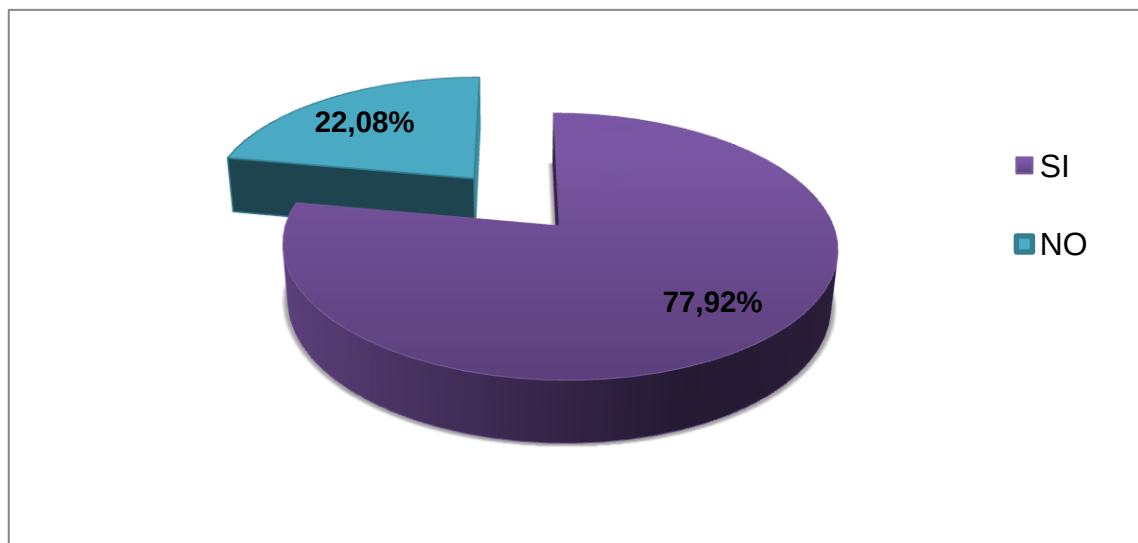
Pregunta N° 9.- Si surge algún inconveniente con los servicios que usted recibe por parte de la empresa ¿Se soluciona de manera inmediata su problema?

Cuadro N° 10.- Solución de sus problemas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	300	77,92 %
NO	85	22,08 %
TOTAL	376	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 9.- Solución de manera inmediata de sus problemas



Fuente: Encuesta a clientes
Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta el 77,92 % indicaron que SI dan solución inmediata a los problemas de servicio que ofrece la empresa, mientras que el 22,08 indicaron que NO.

Pregunta N° 10.- ¿Cómo valora usted el servicio recibido en la empresa?

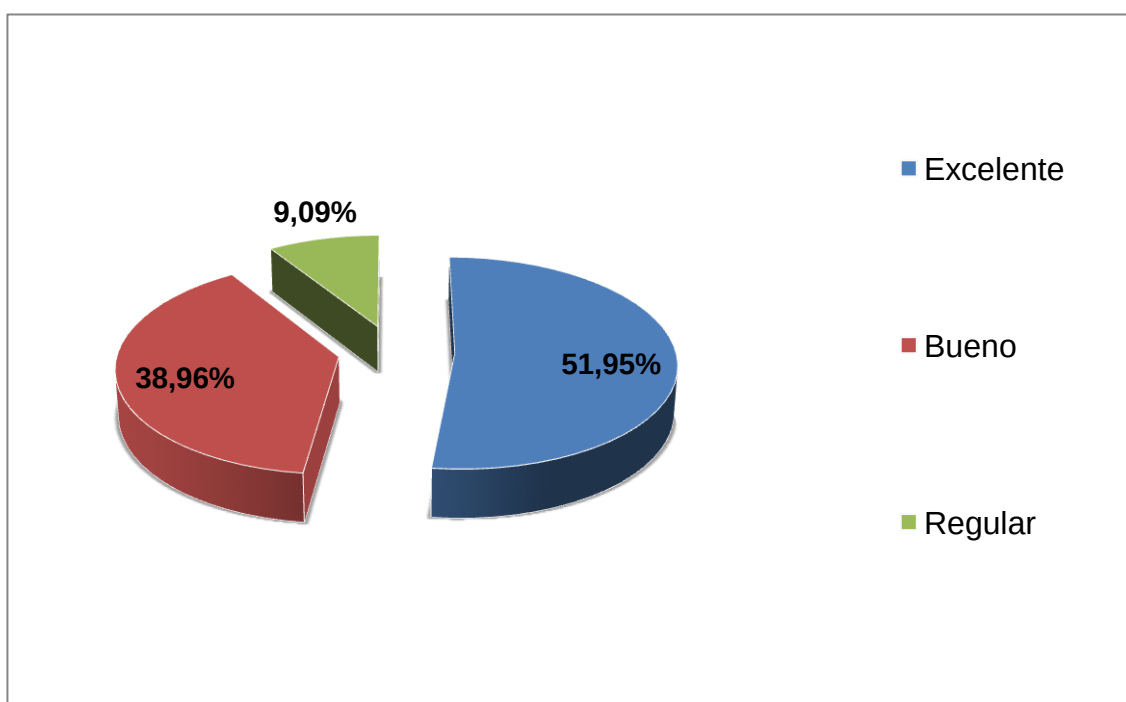
Cuadro N° 11.- Servicio recibido en la empresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	200	51,95 %
Bueno	150	38,96 %
Regular	35	9,09 %
TOTAL	376	100,00 %

Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Gráfico N° 10.- Servicio recibido en la empresa



Fuente: Encuesta a clientes

Aplicada por: Autora de tesis

Análisis e Interpretación de los datos

Según a la encuesta realizada se demostró con el 51,95 % opina que es Excelente el servicio dado por la empresa, un 38,96 % es Bueno, y el 9,09 % es Regular.

Cuadro N° 12.- Presupuesto del año 2012

Ingresos totales	Presupuestado	Ejecutado
Ingresos operacionales	644.835,00	559.691,00
Ingreso tráfico entrante-saliente neto	43.825,00	43.834,00
Ingresos servicios larga distancia Internacional	13.491,00	14.513,00
Ingresos servicios locales y nacionales	256.868,00	246.244,00
Ingresos por telefonía pública fijo móvil	10.208,00	4.865,00
Internet fijo móvil	179.773,00	158.685,00
Ingresos por telefonía celular, neto	45.169,00	40.989,00
Prepago móvil	5.251,00	1.611,00
Ventas de equipos (terminales y equipos)	59.036,00	26.080,00
Servicios de televisión	31.214,00	22.870,00
Gastos operativos	537.336,00	497.376,00
Superávit	107.499,00	62.315,00

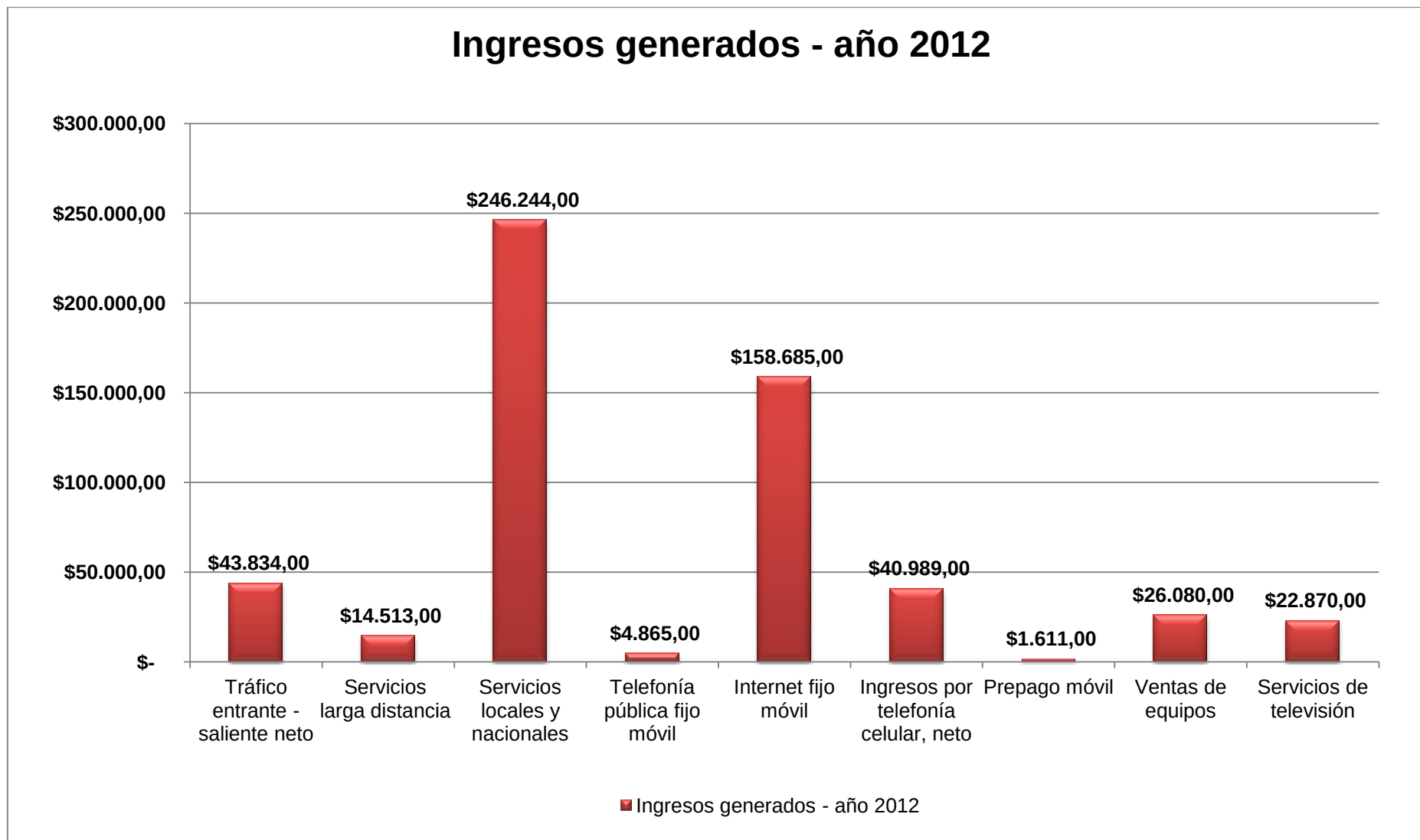
Fuente: Estados Financieros Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Cuadro N° 12.- Ejecución presupuestaria del año 2012

Ingresos totales	Presupuestado	Ejecutado	% Ejecución
Ingresos operacionales	644.835,00	559.691,00	86,80 %
Ingreso tráfico entrante-saliente neto	43.825,00	43.834,00	100,02 %
Ingresos servicios larga distancia Internacional	13.491,00	14.513,00	107,58 %
Ingresos servicios locales y nacionales	256.868,00	246.244,00	95,86 %
Ingresos por telefonía pública fijo móvil	10.208,00	4.865,00	47,66 %
Internet fijo móvil	179.773,00	158.685,00	88,27 %
Ingresos por telefonía celular, neto	45.169,00	40.989,00	90,75 %
Prepago móvil	5.251,00	1.611,00	30,68 %
Ventas de equipos (terminales y equipos)	59.036,00	26.080,00	44,18 %
Servicios de televisión	31.214,00	22.870,00	73,27 %
Gastos operativos	537.336,00	497.376,00	92,56 %
Superávit	107.499,00	62.315,00	57,97 %

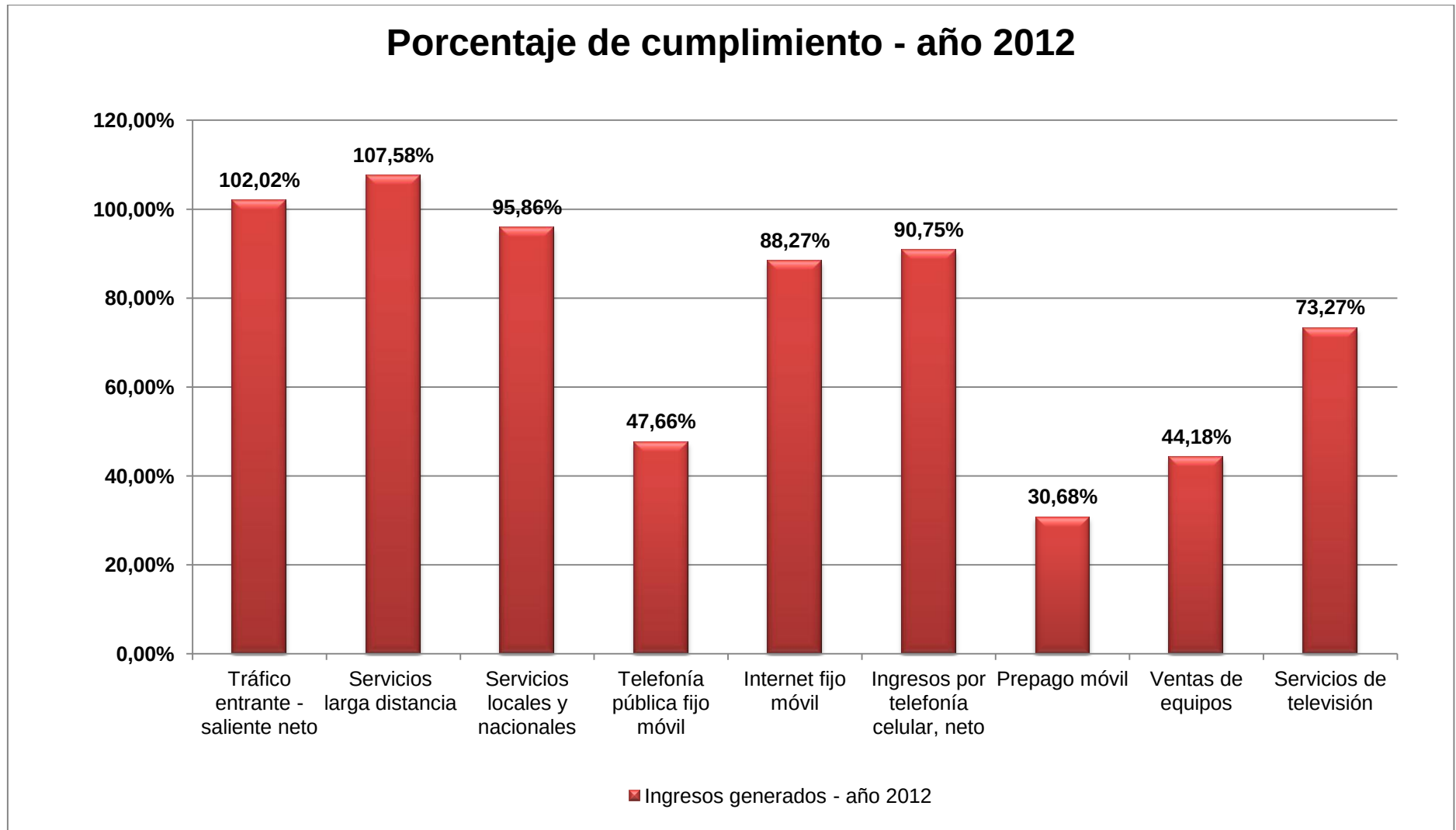
Fuente: Estados Financieros Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Gráfico N° 11.- Participación de ingresos



Fuente: Estados Financieros Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Gráfico N° 12.- Porcentaje de cumplimiento



Fuente: Estados Financieros Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Análisis del cumplimiento presupuestario – Año 2012

De conformidad a la revisión de la ejecución presupuestaria de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP; se pudo determinar los siguientes indicadores de cumplimiento presupuestario en relación a los cuadros que anteceden:

Ingresos por tráfico entrante – saliente neto

Para el año 2012 este rubro represento \$ 43.834,00 el mismo que de acuerdo a la asignación presupuestaria se cumplió en un 102,02 %, es decir hubo un excedente de \$ 9,00 más de lo programado, equivalente a un 2,02 % adicional permitiendo alcanzar la eficiencia presupuestaria.

Ingresos por servicios de larga distancia

Durante el año 2012 se generaron ingresos por \$ 14.513,00 equivalente a un 107,58 % en este rubro hubo un valor adicional por \$ 1.022,00 representado en un 7,58 % más de lo presupuestado.

Ingresos por servicios locales y nacionales

En la empresa hubo una recaudación de \$ 246.244,00 relacionado con los servicios locales y nacionales, equivalentes a un 95,86 % de cumplimiento en función de la programación presupuestaria, es decir hubo un incumplimiento del 4,14 %.

Ingresos por Telefonía pública fijo móvil

La empresa pudo recaudar durante el año 2012, \$ 4.865,00 por concepto de telefonía fija móvil, lo que significó un cumplimiento del 47,66 %, faltando un 52,34 % para alcanzar el nivel óptimo de cumplimiento presupuestario.

Ingresos por Internet fijo móvil

Durante el año 2012 se recaudó un total de \$ 158.685,00, representado por un 88,27 % lo que ocasionó un incumplimiento del 11,73 %.

Ingresos por telefonía celular

El nivel de recaudación lo constituye los \$ 40.989,00 recaudados durante el año 2012, que es representado por un 90,75 % de recaudación en relación a los programado a inicios del período, careciendo de un 9,25 % por cumplir.

Ingresos por prepago móvil

Del total de ingresos programados para el año 2012 se pudo recaudar \$ 1.611,00, es decir, un 30,68 %, lo que equivale a un 69,32 % de incumplimiento presupuestario.

Ingresos por ventas de equipos

Para el periodo 2012 se recaudó un total de \$ 26.080,00 por concepto de venta de equipos, lo que es representado por un 44,18 %, un porcentaje muy bajo en función del 55,82 % que faltó de cumplir.

Ingresos por servicios de televisión

La empresa pudo recaudar \$ 22.870,00 dólares en el año 2012, cumplió con un 73,27 %, por ello faltó un 26,73 % sobre el total de lo presupuestado.

4.1.2 Políticas, programas y disposiciones de los directivos para alcanzar el cumplimiento de los objetivos de la organización.

MISIÓN EMPRESARIAL

“Unimos a todos los ecuatorianos integrando nuestro país al mundo, mediante la provisión de soluciones de telecomunicaciones, con talento humano comprometido y calidad de clase mundial.”

VISIÓN EMPRESARIAL

“Ser la empresa líder de telecomunicaciones del país, por excelencia en su gestión, el valor agregado que ofrece a sus clientes y el servicio a la sociedad, que se orgullo de los ecuatorianos.”

VALORES EMPRESARIALES

Trabajamos en equipo

- Sumamos nuestros esfuerzos individuales para cumplir los objetivos de la CNT

Actuamos con integridad

- Actuamos con responsabilidad, honestidad, transparencia y lealtad, propiciando un entorno de trabajo ético.

Estamos comprometidos con el servicio

- Atendemos a nuestros clientes con excelencia, calidez y alegría, generando confianza y ofreciendo soluciones.

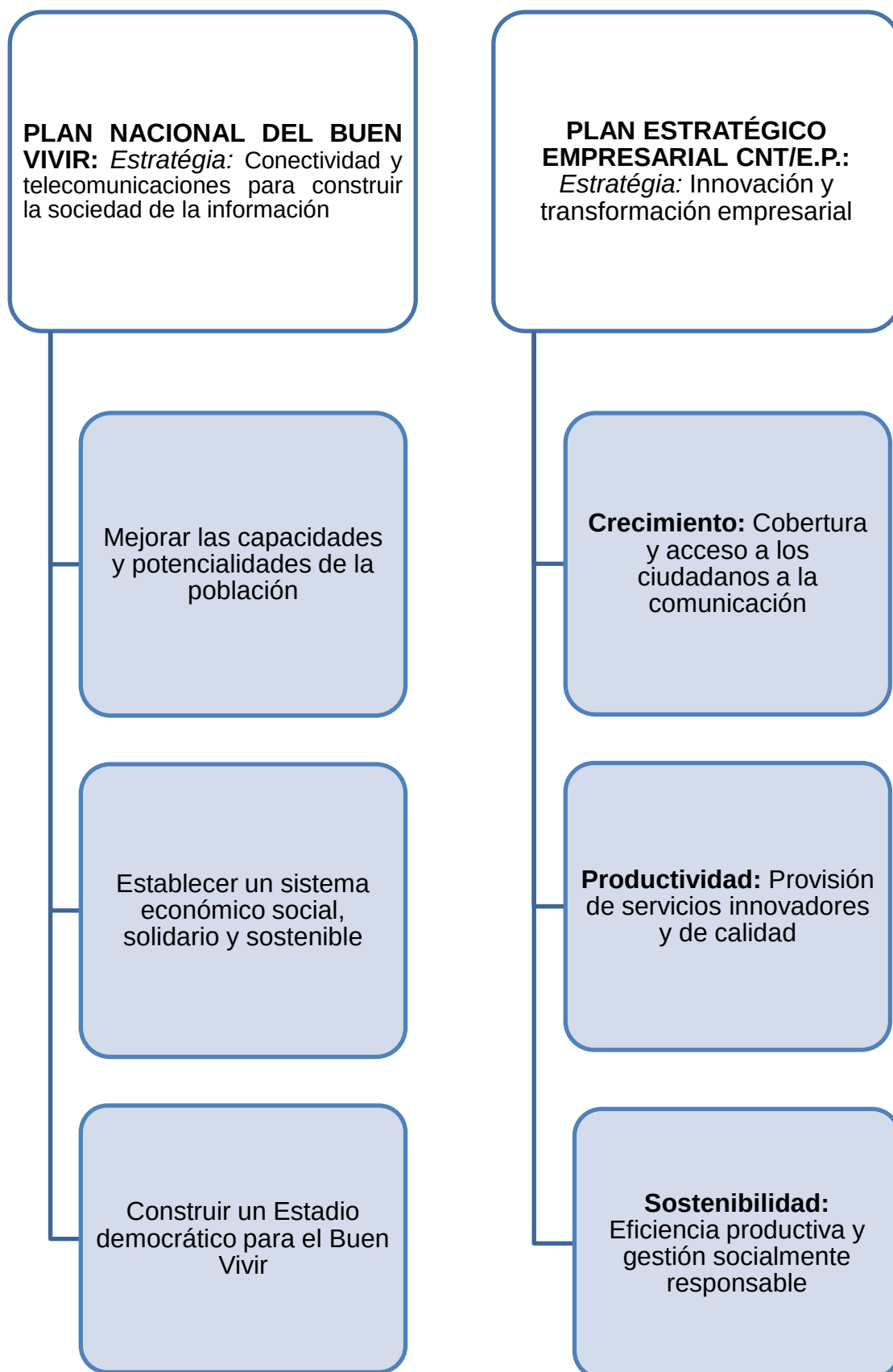
Cumplimos con los objetivos empresariales

- Aplicamos el empoderamiento de funciones con excelencia y la equidad social, para lograr la consecución de nuestras metas.

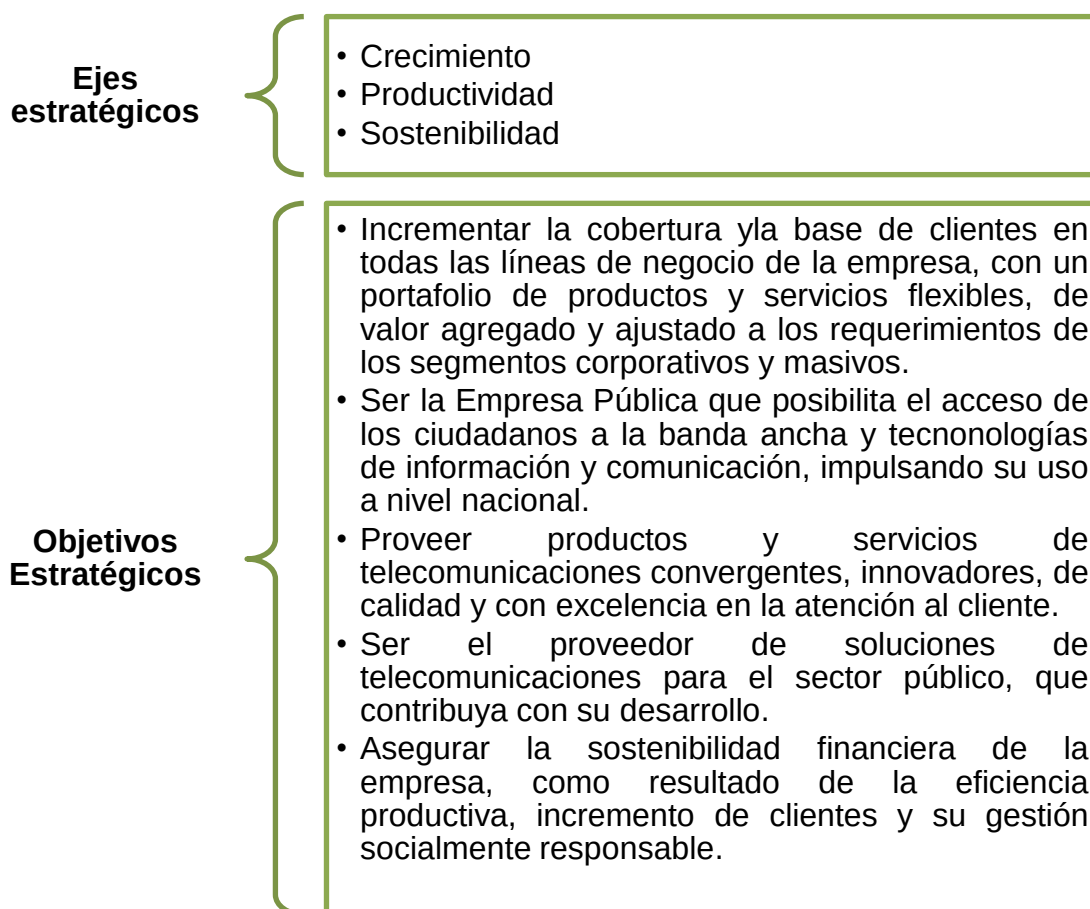
Somos socialmente responsables

- Buscamos el bienestar de nuestros grupos de interés, siendo una empresa sustentable que aplica el desarrollo sostenible.

**CUADRO N° 14.- ESTRATÉGIA EMPRESARIAL - ALINEAMIENTO
ESTRATÉGICO**



CUADRO N° 15.- ESTRATÉGIA EMPRESARIAL – DIRECCIONAMIENTO EMPRESARIAL



CUADRO N° 16.- PERSPECTIVA DE GESTIÓN EMPRESARIAL



CUADRO N° 18.- PROCESOS GOBERNANTES

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CORPORATIVA

GESTIÓN DE RELACIONES EXTERNAS Y CON GRUPOS DE INTERÉS

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA INVESTIGACIÓN

CUADRO N° 19.- PROCESOS DE CADENA DE VALOR

ESTRATÉGIA Y COMPROMISO

GESTIÓN DE CICLO DE VIDA DE LA INFRAESTRUCTURA

GESTIÓN DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

SOPORTE Y PREPARACIÓN PARA LAS OPERACIONES

CUMPLIMIENTO DE SOLICITUDES

ASEGURAMIENTO

FACTURACIÓN

CUADRO N° 19.- PROCESOS DE APOYO

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

GESTIÓN FINANCIERA Y DE ACTIVO

GESTIÓN DEL RIESGO CORPORATIVO

GESTIÓN DE LA EFICACIA CORPORATIVA

CUADRO N° 20.- PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA CNT

TIPO DEL SERVICIO	COMPONENTES
Móvil	Prepago Pospago Corporativo
Internet	Internet fijo LTE Móvil Internet móvil Corporativos
Telefonía	Residencial Corporativa
TV	Plan Súper Plan Entretenimiento

ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTA DE UN SERVICIO EN CNT

Venta internet gsm

Crear cliente llenando todos los * requeridos y luego Clic en ACEPTAR

Registro de Clientes (CCEER) - KCALDERON@openprod (CNT EP)

Información Básica

Tipo de Cliente: Normal
Clase de Persona: PERSONA NATURAL
Nombre: LACERA PINEDA LILIAM DEL ROCIO
Teléfono: 42824454
Dirección:
Email:
Observación:
Lugar de Nacimiento:
Grado de Escolaridad:
Nivel de Ingresos:
Género:
Registro Único Tributario:
Tipo de Empresa:
Fecha Inicio de Actividades:
Nacionalidad:

Tipo de Identificación: Cédula
Identificación: 0920631280
Apellido:
Número de Fax:
☐ Flag de Residente
Antiguo Operador:
Fecha de Nacimiento:
Fecha Última Actualización:
Profesión:
Nivel de Egresos:
Estado Civil:
☐ Flag de Autoretenedor
Actividad Económica:
URL:
Segmento de Mercado: SEGMENTO ALEGRO

Información de Contacto / Representante Legal

Tipo de Identificación:
Nombre:
Dirección:

Botones: Aceptar, Cancelar

Luego del finalizado el proceso Clic ACEPTAR

Adición de Cliente - KCALDERON@openprod (CNT EP)

Datos Básicos Solicitud

Identificación: 18971477
Número de Solicitud: 18971477
Ejecutivo: KARLA STEPHANIE CALDERON MERIZALDE
Nombre: Cédula
Identificación del Cliente: 0920631280
☒ Cliente Privado

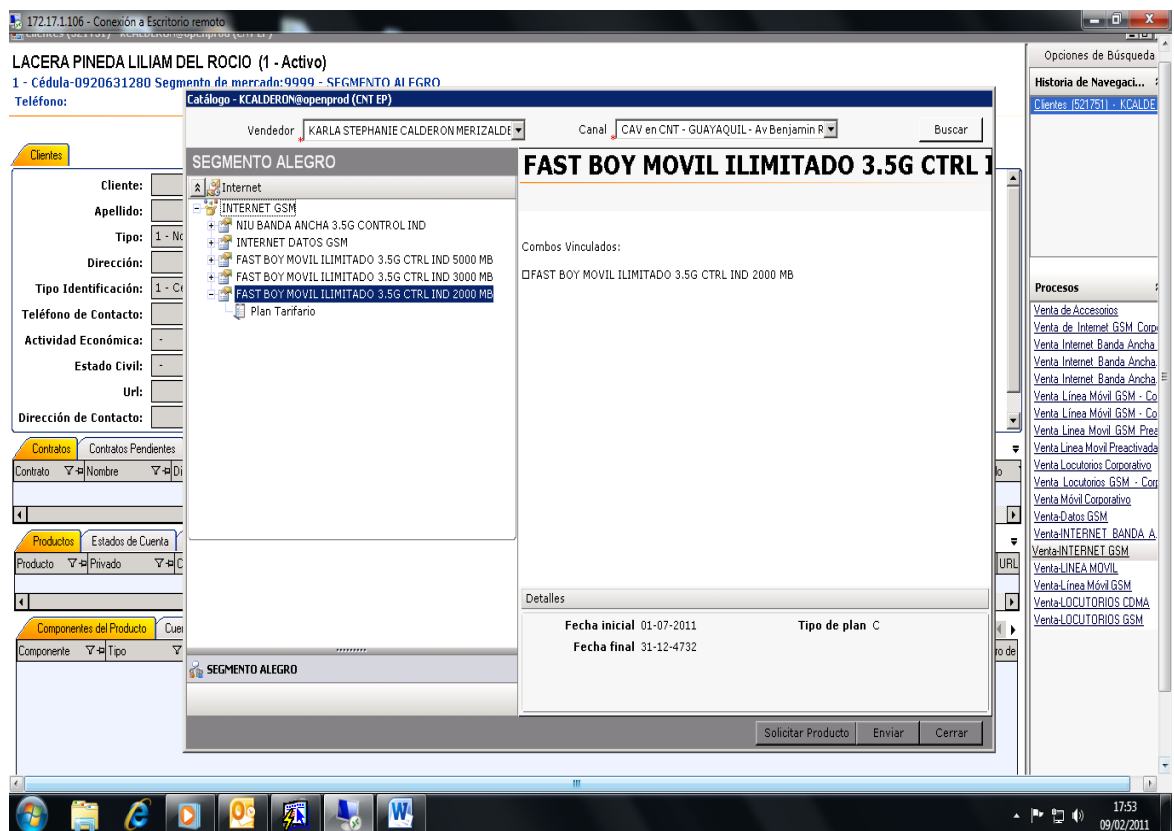
Botones: Aceptar, Cancelar

Aviso informativo

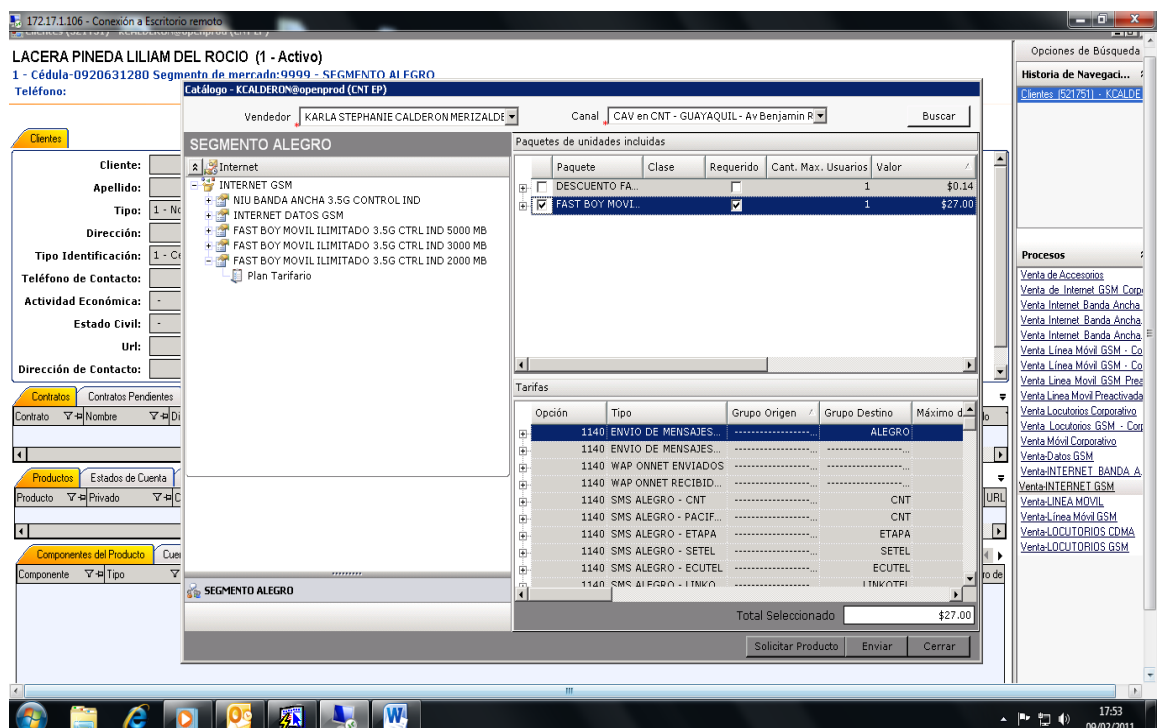
[General 1163] El proceso termino con éxito

Botón: Aceptar

Entramos a consultar la informacion del cliente y procedemos a dar Clic en Venta Internet GSM, sale esta pantalla Clic en plan tarifario .



En esta pantalla ponemos el visto en Fast Boy Movil y luego verificamos en total seleccionado que es el valor de \$27 y damos Cli en solicitar producto.



ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS DE CNT EP – AGENCIA EL EMPALME					Pág. 1/4
Cargo/Función:				JEFE DE AGENCIA	
N°	PREGUNTA	RESPUESTA		PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR	PROCESO DE APOYO
		SI	NO		
1	¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP está organizada en función de su misión, visión, objetivos institucionales y acta las disposiciones procedentes de su Ley Creadora?	√		↑ Estrategia y compromiso	Gestión administrativa
2	¿La estructura organizacional de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, esta empleada de acuerdo a su Planeación Estratégica y formalizada en un Manual de Organización a la medida de la naturaleza de sus actividades y operaciones?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de recursos humanos
3	¿La descripción de las funciones para cada cargo asignado, permiten identificar claramente las responsabilidades de cada Trabajador y/o empleado de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de recursos humanos
4	¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP Agencia El Empalme, está estructurada por departamento?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de recursos humanos

ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS DE CNT EP – AGENCIA EL EMPALME					Pág. 2/4
N°	PREGUNTA	RESPUESTA		PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR	PROCESO DE APOYO
		SI	NO		
5	¿En La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, se planifica el uso, conservación y custodia del Talento Humano, materiales y financieros requeridos para ejecutar las operaciones?		-	Gestión de ciclo de vida de la infraestructura	Gestión financiera y de activo
6	¿Cómo considera la Planeación que constituye la base para llevar a cabo las acciones administrativas y financieras en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP e?	√		Gestión de ciclo de vida de la infraestructura	Gestión financiera y de activo
7	¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP prepara Planes Estratégicos para su desarrollo institucional basados en el análisis de sus debilidades y oportunidades, amenazas y fortalezas para el cumplimiento de la misión empresarial?	√		Gestión de ciclo de vida del producto	Gestión del riesgo operativo
8	¿La Planeación Estratégica la Programación de Operaciones en La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, es concordante con las estrategias y políticas definidas por los Sistemas Nacionales de Planificación e Inversión Pública?	√		Gestión de ciclo de vida del producto	Gestión de la eficacia corporativa

ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS DE CNT EP – AGENCIA EL EMPALME					Pág. 3/4
N°	PREGUNTA	RESPUESTA		PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR	PROCESO DE APOYO
		SI	NO		
9	¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, cuenta con una Unidad o Departamento Especializado en Talento Humano, que cumpla las funciones relativas a la administración y desarrollo personal?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de recursos humanos
10	¿El Departamento Financiero de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, posee Funcionarios con el conocimiento adecuado para desempeñar el cargo asignado?	√		Estrategia y compromiso	Gestión financiera y de activo
11	¿El Talento Humano que labora en el Departamento Financiero de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP esta apropiadamente capacitado?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de recursos humanos
12	¿Considera que el Talento Humano que labora en el Departamento Contable es eficiente?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de la eficacia corporativa

ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS DE CNT EP – AGENCIA EL EMPALME					Pág. 4/4
Nº	PREGUNTA	RESPUESTA		PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR	PROCESO DE APOYO
		SI	NO		
13	¿Se capacita al Talento Humano de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de recursos humanos
14	¿Usted se encuentra satisfecho con el rendimiento de todos los Funcionarios que laboran dentro de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de la eficacia corporativa
15	¿Está de acuerdo que se efectuó evaluaciones permanentes a La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP – Agencia El Empalme?	√		Estrategia y compromiso	Gestión de la eficacia corporativa

4.1.3 Modelo de gestión administrativa y financiera que permita incrementar la situación económica y financiera de la empresa.

CUADRO N° 21.- CUMPLIMIENTO DE METAS – AGENCIA EL EMPALME

TIPO DE SERVICIO	TOTAL ASIGNADO	CUMPLIDO
TELEFONÍA	141	71
INTERNET FIJO	30	15
TM PREPAGO EQUIPO	354	177
TM POSPAGO EQUIPO	424	212
IM MODEMS	193	97
IM DATOS	186	93
TELEVISION SD	14	7
IE MOVIL	20	10
TIEMPO AIRE	14.640	7.320,14
TOTALES	16.002,27	8.001,14

INDICADOR DE CUMPLIMIENTO

$$IC = \frac{\text{Meta cumplida}}{\text{Total asignado}}$$

$$IC = \frac{8.001,14}{16.002,27}$$

$$IC = 50,00 \%$$

Análisis.- Este resultado evidencia que de acuerdo a las metas establecidas por los directivos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo cumplir con un 50,00 % del total asignado.

INDICADORES DE GESTIÓN

Cumplimiento de actividades (Eficiencia)

$$CA = \frac{\text{Actividades cumplidas}}{\text{Total de actividades}}$$

$$CA = \frac{152}{200}$$

$$CA = 76,00 \%$$

Análisis.- Este resultado evidencia que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, posee un 76,00 % de eficiencia en relación a las actividades programadas.

Nivel de capacitación (Eficacia)

$$NC = \frac{\text{Capacitaciones recibidas}}{\text{Capacitaciones programadas}}$$

$$NC = \frac{12}{12}$$

$$NC = 100,00 \%$$

Análisis.- La eficacia está representada por un 100,00 %, de eficacia empresarial, de conformidad con el número de capacitaciones recibidas durante el año 2013, por parte del área de Talento Humano de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme.

Desarrollo de planes y estrategias empresariales (Efectividad)

$$DPE = \frac{\text{Planes desarrollados}}{\text{Planes programados}}$$

$$DPE = \frac{13}{15}$$

$$DPE = 86,67 \%$$

Análisis.- Durante el período 2013 la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme ejecuto 13 planes y estrategias de los 15 propuestos a inicios del periodo fiscal, lo que implica un 86,67 % de efectividad en relación a los planes y estrategias empresariales propuestas.

Cumplimiento del presupuesto (Economía)

$$CP = \frac{\text{Presupuesto cumplido}}{\text{Presupuesto asignado}}$$

$$CP = \frac{98.001,14}{100.000,00}$$

$$CP = 98,00 \%$$

Análisis.- De acuerdo a la revisión del presupuesto asignado a la Agencia El Empalme, se puede comprobar un 98,00 % de economía que mantuvo la institución durante el año 2013.

CUADRO N° 22 .- GESTIÓN DEL RIESGO OPERATIVO

		CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA EL EMPALME Gestión Administrativa			Página 1/1
COMPONENTES PARA LA GESTIÓN DE RIESGO OPERATIVO					
Estrategia y gobernabilidad		Administración del riesgo operativo			Monitoreo
Ambiente interno	Establecimiento de objetivos	Identificar	Medir	Controlar	Cumplimiento y mejora
Filosofía Gestión R.O	Estratégicos	Línea del negocio	Impacto y probabilidad	Calificación de controles	Seguimiento de controles y planes de acción
Sólida cultura de gestión R.O	Operacionales	Factores de riesgo	Mapa de calor	Planes de acción	Reportes e indicadores de gestión
	Información	Tipos de evento		Tratamiento de riesgo	Administración de base de datos
	Cumplimiento	Eventos de orden legal			

4.2 Discusión

Luego de haber recolectado la información de las encuestas aplicadas a los funcionarios de la Unidad Administrativa Financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón El Empalme, se puede evidenciar el siguiente resultado.

La posibilidad de la formulación de un plan estratégico para la Unidad Administrativo Financiera de la CNT, con la participación de funcionarios y clientes para el cumplimiento de sus objetivos establecidos, permite mejorar la calidad del servicio que presta a la ciudadanía en general.

No tienen claramente, delimitada y definidas sus actividades lo que es necesario la formulación de un manual de funciones con la finalidad de que cumplan con su rol en forma eficiente, clara y oportuna, con la debida responsabilidad en las tareas a realizar. A sí mismo, se evidencia la falta de determinación de políticas organizativas tanto en el ámbito administrativo como financiero, como la necesidad de un plan estratégico que garantice el mejor desarrollo de las operaciones, esto debido a la falta de compromiso institucional.

Existen incentivos en cuanto a la reclasificación y capacitación, pero no económicos que es lo que más interfiere en el mejor desenvolvimiento de sus labores dentro de la misma. Para que la unidad tenga una buena imagen debe ofrecer un servicio óptimo y de calidad en base al adiestramiento del personal en el cual debe existir un plan de capacitación actualizada tanto en el ámbito profesional y el avance tecnológico de los productos y servicios que ofrece, tomando en cuenta que la sociedad depende mucho de estos y de esta manera se podría llegar a satisfacer las expectativas de los clientes.

De igual manera, la atención que se brinda a los clientes, según las encuestas realizadas a los mismos, demuestra que la Institución Estatal, si está acorde con los requerimientos alcanzados. Sin embargo, todavía hay que subsanar ciertos inconvenientes que es normal que surjan en el transcurso de las labores de atención diaria.

4.3 Comprobación/Disprobación de la hipótesis

Hipótesis general	Hipótesis específicas	Teoría	Análisis
La gestión administrativa y financiera de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones incidirá favorablemente en la satisfacción de los clientes de la Agencia del cantón El Empalme.	La gestión administrativa y financiera emprendida por los directivos de la agencia incidirá sobre los usuarios a través del estímulo de la demanda del servicio.	La gestión que empresa cualquier institución contribuye de manera directa con los resultados económicos y sociales en un corto y mediano plazo.	Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera de la entidad, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta, por lo tanto se comprueba la hipótesis.
	Las políticas, programas y disposiciones de los directivos permitirá cumplir de manera eficiente con los objetivos de la organización	Todas aquellas políticas corporativas que mantenga institucionalizada una entidad contribuirán de manera directa a cumplir con la eficiencia organizacional.	La Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales, por tal motivo se acepta la hipótesis planteada.
	La gestión administrativa y financiera promoverá el crecimiento económico y financiero de la agencia de telecomunicaciones.	El desarrollo financiero de una institución, depende en gran medida del tipo de gestión que realicen los administradores, optimizando los recursos que se les asigna.	La gestión financiera y administrativa que desarrolla la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, ha logrado en gran manera promover el desarrollo económico y financiero de la entidad a nivel macro, por ello se comprueba la hipótesis planteada.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede concluir lo siguiente:

- Una vez aplicada la encuesta a los diferentes usuarios que tiene la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, se pudo comprobar que las acciones emprendidas por las autoridades encargadas de la gestión administrativa y financiera de la entidad, contribuyen de manera directa con el buen servicio que se oferta.
- La Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, mantiene políticas, programas y estrategias empresariales para el desarrollo de las actividades cotidianas, lo que permite medir el nivel de cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- La gestión financiera y administrativa que desarrolla la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, ha logrado en gran manera promover el desarrollo económico y financiero de la entidad a nivel macro.

5.2 Recomendaciones

De las conclusiones antes expuestas, se desprenden las siguientes recomendaciones:

- La administración deberá evaluar permanentemente el desempeño de cada funcionario que colabora en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Agencia El Empalme, de tal manera que se mejore el servicio que se da a los usuarios que asisten a la empresa en busca de un servicio o requerimiento técnico.
- Los directivos de la entidad deben implementar un modelo estratégico organizacional que les permita medir el nivel de cumplimiento de los objetivos y políticas estratégicas propuestas, en beneficio del crecimiento sostenible y sustentable de la empresa.
- Los encargados de la gestión financiera, deben establecer un modelo de seguimiento mensual del presupuesto de gastos y de ventas proyectado, con el propósito de obtener resultados que maximicen las ganancias de este ente contable.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1 Literatura citada

6.1.1 Bibliografía básica

Van Den, E. (2012). Gestión y Gerencia Empresariales aplicadas al siglo XXI. (pág. 12). Colombia: ECOE Ediciones.

6.1.2 Bibliografía complementaria

ADAG. (2010). Compilación de Normas Técnicas y Legales para Uso de Auditores Gubernamentales, Asociación de Auditores Gubernamentales.

Andrade, S. (2012). Diccionario de Economía. 257.

Chiavenato, I. (2010). Introducción a la teoría general de la administración. (pág. 51). México: McGraw-Hill.

Contraloría General del Estado. (2009). Manual de Auditoría de Gestión.

Dávalos, N. (2010). Enciclopedia básica de Administración Contabilidad y Auditoría. (pág. 122). Quito: Impresos Andinos.

DICCIONARIO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS. (2012).

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA. (s.f.).

DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO GRAN PLAZA. (s.f.).

Estado, C. G. (2009). Manual de Auditoría de Gestión para la Contraloría General del Estado, Entidades u Organismos del Sector Público. Boletín Informativo.

Estupiñan, R. (2013). Control interno y fraudes. En R. ESTUPIÑAN, Control interno y fraudes (pág. 157). Colombia: ECOE Ediciones.

Fonseca, O. (2011). Sistema de Control Interno para Organizaciones. En O. FONSECA, Sistema de Control Interno para Organizaciones (pág. 21). Perú: Publicidad y Matiz.

Gómez, F. (2009). Procedimientos Administrativos. En F. GÓMEZ, Procedimientos Administrativos (pág. 71). Caracas: Frigor.

ISO - 9001. (s.f.).

Matossian, P. (2010). La gestión presupuestaria.

RAE. (2009). Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

Robbins, S. (2009). Administración de empresas. En S. ROBBINS, Administración de empresas (pág. 28). México: Prentice Hall.

Salvador, M. (2010). Boletín MAC - Herramientas para el control y prevención de fraudes. MAC.

Sarmiento, R. (2009). Contabilidad General. En R. SARMIENTO, Contabilidad General (pág. 2). Quito: Impresos Andinos.

SINERGIA. (2009). Sistema Nacional de Evaluación de Gestión y Resultados.

Zea, V. (2010). Presupuesto, planificación y control. En V. ZEA, Presupuesto, planificación y control (pág. 54). Madrid.

6.1.3 Linkografía

<http://definicion.de/autocontrol/>.

<http://definicion.de/gestion/>.

<http://definicion.de/norma/>.

<http://definicion.de/usuario/>.

<http://definicion.mx/autorregulacion/>.

<http://definicion.mx/estrategia/>.

<http://definicion.mx/norma/>.

<http://www.definicion.org/control>.

<http://www.definicionabc.com/economia/empresarial.php>.

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../4/Capitulo%23%203.doc>.

http://www.excelencia-empresarial.com/Cultura_Empresarial.htm.

<http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/4594/que-es-el-control-de-gestion/>.

<http://www.oocities.org/es/miguelsgf/planificacion/t1/t1.htm>.

<http://www.pdcahome.com/2551/como-crear-la-politica-de-tu-empresa-definiciones-requisitos-y-tipos-de-politicas/>.

<http://www.pymesyautonomos.com/management/como-se-define-la-cultura-empresarial-en-la-pyme>.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1 Anexos

Anexo N° 1.- Certificación de la empresa



CERTIFICACIÓN

Tengo a bien certificar que la suscrita Adriana Verónica Assen Parraga con C.C. N° 1311219982, egresada de la carrera Ingeniería en Administración Financiera de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, realizó su investigación de tesis en nuestra empresa con el tema **"GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCION AL CLIENTE DE LA CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA EL EMPALME, AÑO 2012"** durante los meses de marzo a Octubre del 2014, cumpliendo los parámetros de la investigación.

En honor a la verdad emito este certificado para que el interesado pueda darle el uso que estime conveniente.

Atentamente:

CNT EF.

Econ. Edison Dario Romero Fuentes
Responsable de Agencia El Empalme
GERENCIA DE CLIENTES MASIVOS

Dirección: El Empalme – Vicente Rocafuerte y Eloy Alfaro. Teléfono 042962839

Tel: (593-2) 3731 700 • Fax: (593-2) 3731 700 • Veintemilla E4-66 y Amazonas, Ed. Studio Z, piso 5 • www.cnt.gob.ec • Quito, Ecuador

Anexo N° 2.- Instalaciones de CNT – Agencia El Empalme



Anexo N° 3.- Entrevista con los funcionarios de CNT



Anexo N° 4.- Encuesta a los usuarios de CNT



Universidad Técnica Estatal Quevedo
"La Primera Universidad Agropecuaria del Ecuador"
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

MEMORÁNDUM. TESIS. N°: 024

DOCTORA.
BADIE CEREZO SEGOVIA
SUBDECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

Document		Rank	Path/Source
Submitted	2014-10-10 14:41:08.00	1	2014-10-10 14:41:08.00
Submitted by	gms@gms.net	2	gms@gms.net
Received	gms@gms.net	3	gms@gms.net
Message	gms@gms.net	4	gms@gms.net

Cordialmente,

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA; MSc.
DIRECTOR DE TESIS.