



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

Tesis de Grado Previo a la Obtención
del Título de: Ingeniera en
Administración Financiera

TEMA:

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA
CALIDAD DE SERVICIO DE LA TELEFONÍA Y TELEVISIÓN SATELITAL
DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
CNT, CANTÓN LA MANÀ, AÑO 2013**

AUTORA:

MARYURI ROSSMERY CARRERA BASTIDAS

DIRECTOR:

ING. FREDDY BUSTAMANTE VERA, MSc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Maryuri Rossmery Carrera Bastidas, 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.

Maryuri Rossmery Carrera Bastidas

AUTORA



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

CERTIFICACIÓN

El suscrito Ing. Freddy Bustamante Vera, MSc Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

CERTIFICA:

Que la señorita Maryuri Rossmery Carrera Bastidas, Egresada de la Carrera de Ingeniería en Administración Financiera ha concluido, bajo mi dirección la Tesis de Grado previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración Financiera cuyo tema es: **GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA TELEFONÍA Y TELEVISIÓN SATELITAL DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT, CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013**

Cumpliendo con todas las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Freddy Bustamante Vera, MSc.

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION
FINANCIERA

Tesis presentada a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del Título de Ingeniería en Administración Financiera.

Aprobado:

Ing. Enrique Vásquez Aguirre M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Silvia Jaramillo Miele M.Sc Lcdo. Luis Villota Guevara M.Sc
MIEMBRO DE TRIBUNAL **MIEMBRO DE TRIBUNAL**

QUEVEDO - ECUADOR
AÑO 2015

AGRADECIMIENTO

A Dios, por cada segundo de vida que me concede para seguir aquí y compartir con las personas que amo.

A mi abuelita por haber sido ese pilar fundamental, a mi bella Madrecita por su inmenso amor por creer en mí y guiarme con sus sabios consejos.

A mis pequeñas princesitas mis hijas por concederme parte del tiempo que les pertenece.

Gracias a toda mi familia tíos, tías a mis primas (os), a Bernardo, a todas y cada una de las personas que forman parte de mí, aquellas que de una u otra forma me han brindado su apoyo y ayuda incondicional por todas sus bendiciones para así obtener con éxito el logro de mi tesis.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, a la Facultad de Ciencias Empresariales, la Escuela de Administración Financiera, por permitirme la culminación de mi carrera.

Al Decano de la facultad de ciencias empresariales, Lcdo. Edgar Pastrano Quintana; a mi Director de Tesis, Ing. Freddy Bustamante Vera M.Sc por su desinteresada ayuda y colaboración.

A todas las personas que me ayudaron a recopilar información para el desarrollo de la investigación.

.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios por darme la oportunidad de formar parte de este ciclo de vida, cuidándome, guiándome y dándome fortaleza para continuar y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

De igual forma con todo mi amor y cariño a una mujer EJEMPLAR y LUCHADORA a mi querida abuelita Rebequita quien fue ese pilar fundamental, gracias a su sabiduría que influyo en mi la madurez y humildad para lograr los objetivos de lucha en mi vida diaria.

A mi amiga incondicional mi adorada madrecita Mery, por su lucha diaria por que con su inmenso amor y sus sabios consejos han hecho de mí una mujer de bien con grandes valores.

A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siempre te tengo presente y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos; sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mis pequeñas princesas mis hijitas, Kristalito y Rebequita por formar parte de mi vida por ser mi fuente de motivación de inspiración y de lucha para superarme día a día, las amo.

Jonatan y Gissela mis queridos hermanos por su inmenso cariño y su apoyo incondicional.

A toda mi familia en especial a mis tíos (as) por su cariño y apoyo incondicional.

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1	Título/Title	M	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA TELEFONÍA Y TELEVISIÓN SATELITAL DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT, CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013
2	Creador/Creator	M	MARYURI CARRERA.
3	Materia/Subject	M	CIENCIAS EMPRESARIALES; CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.
4	Descripción /Description	M	LA PRESENTE INVESTIGACIÓN SE REALIZÓ EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DEL COTOPAXI, EVALUAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA TELEFONÍA Y TELEVISIÓN SATELITAL, DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT) LA MANÁ, AÑO 2013.
5	Editor/Publisher	M	FCE: CARRERA INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; MARYURI CARRERA.
6	Colaborador/Contributor	O	NINGUNO
7	Fecha/Date	M	10 /01/2015
8	Tipo/Type	M	TESIS DE GRADO
9	Formato/Format	R	Microsoft Office Word 2010

10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura Coverage	O	Localización. Ámbito Financiero.
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	PROYECT OF INVESTIGATION

ÍNDICE GENERAL

	Pág
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DIRECTOR.....	iii
CERTIFICACIÓN TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	vii
INDICE GENERAL	ix
INDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2.1.1. Diagnóstico del problema.....	4
1.2.1.2. Pronostico del problema	5
1.2.1.3. Control de pronóstico.....	5
1.2.2. Formulación del problema.....	6
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.....	7
1.5. Hipótesis.....	8
1.5.1. Hipótesis General.....	8
1.5.2. Hipótesis Específicos.....	8
1.5.3. Variables.....	9
1.5.3.1. Variable Independiente.....	9
1.5.3.2. Variable Dependiente.....	9
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	
2.1. Fundamentación Teórica.....	11
2.1.1. Gestión administrativa.....	11
2.1.2. Definición de la estrategia.....	11
2.1.3. Características de las estrategias.....	12
2.1.4. La planificación.....	12
2.1.5. Elementos de la planificación.....	13
2.1.6. Planificación estratégica.....	13
2.1.7. Planificación estratégica dentro del contexto de las empresas.....	14
2.1.8. Elementos de la planificación estratégica.....	14
2.1.9. Ventajas de la planificación estratégica.....	15
2.1.10. La función del control estratégico.....	15
2.1.11. Acciones que se derivan del control estratégico.....	16
2.1.12. El Análisis Financiero de una Empresa.....	17
2.1.12.1. Clasificación estado financiero.....	18
2.1.13. La toma de decisiones.....	18
2.1.14. Dirección de recursos humanos.....	18
2.1.15. La dirección de producción frente a la dirección de operaciones.....	19

2.1.16. La organización de la empresa.....	19
2.1. 16.1. El contexto organizativo.....	20
2.1.17. Definición de servicios.....	20
2.1.17.1. Calidad De Servicios.....	21
2.1.18. Gestión de la calidad.....	21
2.1.19. Gestión del rendimiento.....	21
2.1.20. Calidad total.....	22
2.1.20.1. Estrategias para mejorar la calidad.....	22
2.1.21. La satisfacción del consumidor.....	23
2.1.22. Fidelización de los usuarios mediante el servicio.....	23
2.1.23. Ventaja competitiva.....	24
2.1.24. Sensibilidad de los clientes a la calidad.....	24
2.1.25. Análisis de las necesidades de la empresa.....	25
2.1.25.1. El trato con el cliente.....	25
2.1.26. La importancia del marketing.....	26
2.1.26.1. Marketing.....	26
2.1.26.2. Entorno del marketing.....	27
2.1.26.3. El micro entorno o funcional.....	27
2.1.27. Empresa.....	27
2.1.28. Gestión Financiera.....	28
2.1.28.1. Estructura y análisis financiero económico.....	29
2.1.28.2. Área financiera.....	29
2.1.28.3 Gestión del área financiera de la empresa.....	29
2.1.28.3. Flujo de cobros.....	30
2.1.28.4. Fases del flujo de cobros.....	30
2.1.29. La venta.....	30
2.1.30. Análisis de los Indicadores financieros.....	31
2.1.30.1. Razones de liquidez.....	32
2.1.30.2. Ratio de endeudamiento.....	32
2.1.30.3. Ratio de firmeza o consistencia.....	32
2.1.30.4. Razón circulante.....	32
2.1.31. La planificación y previsión.....	32
2.1.32. Importancia del servicio telefónico.....	33
2.1.32.1. Función de una red de telecomunicaciones.....	33
2.2. Fundamentación Conceptual.....	34
2.2.1. Calidad.....	34
2.2.2. Unidades económicas con superávit.....	34
2.2.3. Empresa.....	35
2.2.4. Satisfacción del cliente.....	35
2.2.5. Atención al cliente.....	35
2.2.6. Estrategia.....	35
2.2.7. Usuario o cliente.....	36
2.2.8. Planificación financiera.....	36
2.2.9. Resultados esperados.....	36
2.2.10. Flujo de cobros.....	37
2.2.11. Evaluación del desempeño.....	37
2.2.12. Marketing.....	38
2.2.13. Ventaja competitiva.....	38
2.2.14. El capital financiero.....	38
2.2.15. Planificar.....	39
2.2.16. Servicio.....	39
2.2.17. Planeación.....	39
2.2.18. Bien o producto.....	40
2.3. Fundamentación Legal.....	40

2.3.1. Prestadores de Servicios de Telecomunicaciones.....	40
--	----

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos.....	43
3.1.1. Materiales.....	43
3.1.2. Métodos.....	44
3.1.2.1. Método Deductivo.....	44
3.1.2.2. Método Descriptivo.....	44
3.1.2.3. Método analítico- sintético.....	44
3.2. Tipos de Investigación.....	45
3.2.1. Técnicas de investigación.....	45
3.3. Diseño de la Investigación	46
3.4. Población y Muestra.....	47
3.4.1. Población.....	47

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Encuesta realizada a los usuarios de la (CNT) La Maná.....	50
4.2. Encuesta empleados (CNT).....	56
4.3. Análisis de la Entrevista Jefe Regional (CNT) La Maná	65
4.4. Análisis FODA.....	67
4.5. Análisis financiero.....	71
4.5.1. Balance general (CNT).....	72
4.5.2. Estado de pérdidas y ganancias.....	73
4.5.3. Análisis Balance General.....	76
4.5.4. Análisis vertical.....	77
4.5.5. Análisis horizontal.....	78
4.5.6. Análisis Estado de Resultados.....	79
4.5.6.1. Análisis Estado de Resultados vertical	81
4.6. Comprobación de hipótesis.....	82
4.7. Propuesta del Modelo de Gestión Administrativo Financiero.....	83
4.7.1. Antecedentes.....	83
4.7.1. 1. Reseña histórica.....	84
4.7.2. Ubicación.....	85
4.7.3. Tasas y Valores de los Servicios.....	85
4.7.4. Entrada al mercado de telefonía móvil.....	85
4.7.5. Inicio de operaciones en televisión satelital.....	86
4.7.6. Implementación de una herramienta de gestión.....	87
4.7.6.1. Misión y Visión Propuesta	88
4.7.7. Valores Empresariales.....	89
4.7.8. Objetivos.....	89
4.7.9. Políticas.....	89
4.7.9.1. Políticas Administrativas.....	90
4.7.9.2. Procedimientos Administrativos.....	90
4.7.10. Atención Al Cliente.....	93
4.7.11. Satisfacción Del Cliente.....	94
4.7.12. Principales aspectos que determinan la satisfacción del cliente.....	95
4.7.13. Propuesta Contable.....	95
4.7.14. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados PCGA.....	96
4.7.15. Planes de acción.....	99
4.8. Discusión.....	102

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....	104
------------------------	-----

5.2. Recomendaciones.....	105
VI. BIBLIOGRAFÍA	
6.1. Bibliografía.....	107
VII. ANEXOS	
7.1. Manual de Funciones.....	111
7.2. Formato de Encuestas	116

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
1. Materiales.....	43
2. Respuesta a las peticiones.....	50
3. Nivel de aceptación de los servicios.....	51
4. Conocimientos de los servicios.....	52
5. Frecuencia de quejas.....	53
6. Calidad de procesos.....	54
7. Percepción sobre el equipo.....	55
8. Conocimiento de la empresa.....	56
9. Opinión de distribución instalaciones.....	57
10. Ambiente laboral.....	58
11. Comunicación laboral.....	59
12. Motivación laboral.....	60
13. Capacitaciones.....	61
14. Calidad equipo tecnológico.....	62
15. Existencia modelo administrativo financiero.....	63
16. Aceptación del modelo.....	64
17. Análisis interno.....	69
18. Análisis externo.....	70
19. Plan de Acción 1.....	112
20. Plan de Acción 2.....	113
21. Plan de Acción 3.....	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág
1. Ubicación del Cantón La Maná.....	43
2. Respuesta a las peticiones.....	50
3. Nivel de aceptación de los servicios.....	51
4. Conocimientos de los servicios.....	52
5. Frecuencia de quejas.....	53
6. Calidad de procesos.....	54
7. Percepción sobre el equipo.....	55
8. Conocimiento de la empresa.....	56
9. Opinión de distribución instalaciones.....	57
10. Ambiente laboral.....	58
11. Comunicación laboral.....	59
12. Motivación laboral.....	60
13. Capacitaciones.....	61
14. Calidad equipo tecnológico.....	62
15. Modelo administrativo financiero.....	63
16. Aceptación del modelo.....	64

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de tesis actual se desarrolló en la Corporación Nacional De Telecomunicaciones (CNT), ubicada en el Cantón La Maná, perteneciente a la provincia de Cotopaxi; la gama de servicios que oferta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, en búsqueda de soluciones innovadoras para sus usuarios, pero en este cantón la calidad de servicio de esta institución en lo referente al área de telefonía celular y televisión satelital no goza de buena acogida. Teniendo como objetivo principal evaluar la gestión administrativa y financiera y su incidencia en la calidad del servicio de la telefonía celular y televisión satelital, de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná, año 2013-2014; mediante la aplicación de técnicas de investigación como las encuestas, observación directa y el análisis FODA, cuya evolución permitió apreciar que existen falencias en cuanto al personal puesto que no existe un organigrama, ni manual de funciones definido, ocasionando un caos en el desempeño de las labores diarias y perjudicando a la calidad de servicio ofrecido a la ciudadanía lamanense, mediante las encuestas a los usuarios y trabajadores de esta institución se pudo conocer la incidencia de la gestión administrativa y financiera en la calidad de servicio donde los resultados demuestran que existen inconformidad de los usuarios y una deficiente gestión administrativa y financiera en esta institución; demostrando de manera afirmativa la hipótesis general planteada al inicio. Por las razones antes expuestas se recomienda incentivar a poner en práctica las estrategias que permitan mejorar la calidad de servicio de la telefonía móvil y televisión satelital.

EJECUTIVE SUMMARY

The current draft thesis was developed at the National Telecommunications Corporation (CNT), located in Canton La Mana, belonging to the province of Cotopaxi; the range of services offered by the National Telecommunications Corporation CNT in finding innovative solutions for their users, but in this canton quality of service of this institution in relation to the area of cellular and satellite television is in poor reception. With the main objective to assess the administrative and financial management and its impact on quality of service of mobile telephony and satellite television, the National Telecommunications Corporation (CNT) La Mana, 2013-2014; through the application of research techniques such as surveys, direct observation and the SWOT analysis, whose evolution allowed to appreciate that there are shortcomings in staff since there is not an organization, nor manual defined functions, causing chaos in the performance of daily and harming the quality of service offered to the lamanense citizenship through surveys of users and workers of this institution was to determine the incidence of administrative and financial management in the quality of service where the results show that there nonconformity of work users and poor administrative and financial management in this institution; affirmatively demonstrating the general hypothesis at the beginning. For the above reasons it is recommended to encourage is put into practice the strategies to improve the quality of service of mobile telephony and satellite television.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La gestión administrativa financiera ha evolucionado constantemente dando lugar a nuevas técnicas como la Gestión por procesos, un modelo integral de gestión que proporciona respuestas claras a las necesidades administrativas y financieras que tienen las empresas.

En una organización es de gran importancia contar con un personal calificado para poder brindar un servicio de calidad, ya que con frecuencia se exigen resultados administrativos y financieros con eficiencia y eficacia, debido al avance que ha tenido la tecnología de la comunicación sobre los procesos de talento humano.

La gestión administrativa y el manejo de recursos financieros es el pilar fundamental para que el desempeño de los empleados sea efectivo y se pueda alcanzar con éxito los objetivos de la empresa, siendo de vital importancia el apoyo en los subsistemas de reclutamiento, selección, inducción, capacitación, remuneración y mantenimiento, para el mejoramiento de la calidad del servicio de telefonía y televisión satelital y que presta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) al cliente interno de la empresa.

El actual trabajo de tesis se compone de los siguientes capítulos:

En el capítulo I se presenta el marco Contextual de la Investigación que consta del planteamiento del problema, diagnóstico, formulación, sistematización; también los objetivos y las hipótesis respectivas.

El capítulo II está compuesto por el marco teórico que se encuentra subdividido en Fundamentación teórica, Fundamentación Conceptual y legal.

El capítulo III. Trata sobre la metodología utilizada para la elaboración del actual proyecto de tesis; además se describe el diseño y obtención de la muestra para la realización de las encuestas.

En el capítulo IV; se presenta los resultados y discusión sobre la problemática de la investigación y los resultados obtenidos; además se realiza la comprobación de las hipótesis planteadas.

El capítulo V. expone las conclusiones y las respectivas conclusiones referentes al tema.

El capítulo VI; está compuesto por la bibliografía y linkografía que sustenta esta investigación; finalmente se encuentran los anexos inherentes al tema.

1.2. Problematicación

La presente investigación se encuentra orientada a la gestión administrativa y finanzas y su incidencia en la calidad deservicio de la telefonía y televisión satelital de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná, Año 2013. La gestión del talento humano y el manejo de las finanzas por las personas es la competencia más importante en una empresa moderna.

La administración financiera debe perseguir la optimización de competencias laborales administrativas financieras de las personas, participación, creatividad y mejoramiento continuo de la rentabilidad de las empresas.

La Corporación (CNT)Actualmente, La Maná, se encuentra limitada en lo referente al personal, infraestructura, recursos tecnológicos que impiden brindar una excelente calidad de servicio a la ciudadanía lamanense.

1.2.1.Planteamiento del Problema

1.2.1.1. Diagnóstico del problema

Durante la visita a las instalaciones de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná, se notaron las siguientes falencias en la gestión administrativa y financiera.

Causas

- ❖ Personal reducido para la atención de usuarios.
- ❖ Índice bajo en el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- ❖ Ausencia de visión, misión y valores para la Corporación Nacional de telecomunicaciones (CNT) La Maná.
- ❖ No existe proyección de planes sobre gestión administrativa y financiera.

Efectos

- ❖ Acumulación de funciones.
- ❖ Desmotivación de las personas que laboran en esta institución.
- ❖ Índice bajo de desarrollo organizacional y administrativo.
- ❖ Usuarios insatisfechos con la calidad de servicio.

1.2.1.2. Pronostico del Problema

- ❖ Si no se incrementa el personal para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), la calidad de la atención se verá perjudicada.
- ❖ La falta en el cumplimiento de los objetivos generará desconfianza y desmotivación para el personal que labora en esta institución pública.
- ❖ No poseer visión, misión definidos para la institución ocasionará desconcierto acerca del direccionamiento de la misma.
- ❖ El índice bajo de proyección en planeación ocasionará problemas en el presupuesto económico y financiero de la empresa.

1.2.1.3. Control de pronóstico

- ❖ Gestionar el incremento de personal para cumplir con las expectativas de los usuarios.
- ❖ Establecer planes y metas con cronogramas establecidos.
- ❖ Elaborar un direccionamiento estratégico acorde a las características de la empresa.
- ❖ Elaborar planes sobre gestión administrativa y financiera para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná.

1.2.2. Formulación del problema

¿De qué manera la Gestión administrativa y financiera incide en la calidad del servicio de la telefonía y la televisión satelital de la Corporación Nacional de telecomunicaciones (CNT) La Maná, Año 2013?

1.2.3. Sistematización del problema.

¿Cuál es la situación actual del área financiera y administrativa de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná?

¿Cuáles son las condiciones de atención y servicio de la telefonía y televisión satelital al público en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná?

¿Cómo mejorar la gestión administrativa y financiera en la atención de la telefonía y televisión satelital de la (CNT), La Maná?

1.3. Justificación

La realización del presente trabajo investigativo es de vital importancia ya que sin una correcta gestión administrativa financiera dentro de una empresa no le permitirá cumplir con sus objetivos propuestos.

Las organizaciones deben mantenerse actualizadas en lo que se refiere a Gestión administrativa financiera ya que este será el medio que les permitirá seguir adelante brindando servicios que sean de calidad y por lo tanto agradable a sus consumidores, buscando estrategias que les permita seguir a la vanguardia.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná es una empresa que se encuentra posicionada en el mercado pero a pesar de esto debe estar constantemente actualizándose para poder brindar servicios de

calidad y eficacia a sus consumidores, por lo que sus procesos administrativos financieros debe combinar la dinámica y un buen entrenamiento de su personal pudiendo así mantener un excelente desempeño laboral, ya que esto les ayudaran para la toma de decisiones y el crecimiento de la rentabilidad de la empresa.

La preocupación de una incorrecta aplicación de gestión del talento humano en una empresa hará que sea muy difícil cumplir con sus objetivos propuestos, dando como consecuencia un desempeño laboral no productivo, de manera que es necesario que se disponga de herramientas para enfrentar con mayor objetividad sus retos.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Evaluar la gestión administrativa y financiera y su incidencia en la calidad del servicio de la telefonía y televisión satelital, de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná, año 2013.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del área financiera y administrativa de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná.
- Conocer la calidad de servicio de la telefonía y televisión satelital que brinda la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná
- Proponer estrategias que permitan mejorar la gestión administrativa y financiera en la calidad de servicio de la telefonía y televisión satelital de la (CNT) La Maná.

1.5. Hipótesis

1.5.1.Hipótesis General

La evaluación de la gestión administrativa y financiera permite conocer la incidencia en la calidad del servicio de la telefonía y televisión satelital, de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) La Maná, año 2013.

1.5.2.Hipótesis específicas

- El análisis de la situación actual del área financiera y administrativa permite realizar un diagnóstico adecuado sobre la calidad de servicio de la telefonía y televisión satelital de la (CNT), La Maná.
- Una eficiente gestión administrativa y financiera influye de manera significativa en la calidad de servicio de la telefonía y televisión satelital que brinda a la ciudadanía lamanense.
- El diseño e implementación de las estrategias propuestas mejora la gestión administrativa y financiera de la calidad de servicio de la telefonía y televisiónsatelital de la (CNT) La Maná.

1.5.3. Variables

1.5.3.1. Variable Independiente

- Gestión Administrativa
- Gestión Financiera

1.5.3.2. Variable Dependiente

- Calidad de Servicio

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Gestión administrativa

Rodes, (2014) manifiesta que “cualquier problema que pueda plantearse en el transcurso de la vida de una empresa encuentra métodos, sencillos o sofisticados, que permiten resolver con relativa facilidad. La prioridad que en aspecto se concede a los servicios de fabricación de bienes tangibles se concibe perfectamente. “

“En efecto el primer problema que se plantea al hombre es el de fabricación; a continuación se va desarrollando los problemas inherentes a la venta y promoción de productos, actualmente estos problemas dominan ya los anteriores.”

“Junto a la fabricación se ha ido creando poco a poco una actividad llamada administrativa, actividad que agrupa todo aquello que no está de manera directa con la fabricación o sea cuando gravita alrededor de la comunicación: compras pedidos, informes diversos, estudios.”

“Toda empresa, cualquiera que sea su vocación, incluye forzosamente un sector administrativo que tiene tendencia a crecer más rápidamente que el respectivo sector de la producción.”

2.1.2. Definición de la estrategia

Sánchez, Flores y Martin, (2011) dice que se entiende por estrategia los caminos o vías de acción que se deben seguir para alcanzar un objetivo en base a:

- La situación real o de partida.
- La situación deseada.

- Los recursos disponibles (humanos, económicos, materiales y financieros).
- Por lo general para conseguir los resultados que han sido previamente definidos en los objetivos, en el tiempo especificado.

2.1.3. Características de las estrategias

Según, Sánchez y Ramos, (2013) “Las estrategias en función de la definición presentada tienen las siguientes características:

- Cada una de ellas debe tener la garantía de cumplimiento del objetivo político del que se deriva, al menos en parte.
- Este alcance del objetivo debe ser cuantificado, en la medida de lo posible, de lo contrario carece de validez.
- Las diversas estrategias propuestas para la consecución de los objetivos deben ser ordenados y priorizados enfocándose en los parámetros oportunos.
- Cada una de las estrategias debe asegurar su propio cumplimiento por medio de varios proyectos.”

2.1.4. La planificación

Matilla, (2010) “La planificación puede conceptualizar como método o conjunto de acciones que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función de obtener un resultado claramente definido.”

Matilla, 2010) “Para ello se debe tener un alto nivel de predicción sobre la situación en la cual se van a llevar a cabo estas acciones, además se debe

poseer un adecuado control sobre el compendio de factores que harán realidad la consecución de los objetivos propuestos.”

2.1.5. Elementos de la planificación

Alberich y Sotomayor, (2014) “La planificación como un proceso sistemático dentro de la empresa generalmente consta de los siguientes elementos:

- Objetivos.
- Acciones que va a llevarse a cabo.
- Recursos necesarios para realizar

Los elementos anteriormente citados constituyen el conjunto básico de cualquier planificación realizada en las empresas.”

2.1.6. Planificación estratégica

De acuerdo a Cuesta, (2012) “Para definir adecuadamente el termino planificación debemos tener en consideración que la estrategia es el camino que vamos a seguir para conseguir de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la distribución optima de los elementos vitales para conseguirlos”.

Al respecto, Cuesta, (2012) “En base a lo anteriormente mencionado podemos decir que la planeación estratégica se conceptualiza como un proceso que consta de fases que son la formulación, implantación de estrategias y evaluación de los resultados lo cual permitirá a la empresa cumplir con los objetivos determinados.”

2.1.7. Planificación estratégica dentro del contexto de las empresas de servicio

Ayestaranl, Rangel y Sebastián, (2012) “Primeramente debemos tener claro que el termino planificarse refiere a poseer una visión de futuro deseado e identificar las maneras para alcanzarlo.”

De modo que la planificación estratégica es un conjunto sistemático de acciones que se llevan a cabo por la empresa u organización, cuya finalidad está orientado a resolver o atenuar un problema determinado.

2.1.8. Elementos de la planificación estratégica

Sánchez y Ramos, (2013) “La planificación estratégica y dirección por objetivos como proceso dentro de la empresa constan de los siguientes elementos:

- Responde al vital respeto de la misión constitucional de servicio de calidad a los intereses generales, de tal manera que en la formulación de estrategias y en el establecimiento de objetivos cada empresa ha de priorizar sus aspiraciones.
- Debe adaptarse a la concurrencia en su actividad y su funcionamiento de dos niveles decisorios y de actuación.
- Debe tener autonomía económica – financiera limitada a la disponibilidad de la empresa.
- Esta ideada para su aplicación interna, dentro de un ámbito externo de competencia.
- La finalidad de la metodología es facilitar a cada una de las empresas la tarea administrativa de identificar el mejor modo de asegurar el cumplimiento de sus objetivos basado en los criterios de eficiencia y de calidad.”

2.1.9. Ventajas de la planificación estratégica

Alberich y Sotomayor, (2014) “En base a experiencias pasadas y al tiempo se ha demostrado que la planificación estratégica como técnica ampliamente desarrollada en el sector empresarial tanto público como privado.”

Sánchez y Ramos, (2013) “Frente a tal enfoque podemos destacar alguna de las ventajas de tipo interno que puede obtener una empresa cuando decide poner en ejecución la planificación estratégica como método y cultura de trabajo son:

- Se trata de un método de trabajo que pretende sistematizar las actividades de una empresa para la eficiencia en el logro de los objetivos.
- Esto implica el incremento del grado de cohesión e integración de la empresa, este hecho se debe a que requiere del trabajo en equipo, disipando la dispersión de los diferentes departamentos existentes dentro de la empresa.
- Se establecen los mecanismos que caracterizan a los responsables de los proyectos, fomentando la implantación de una presión positiva lo que permitirá optimizar los recursos.
- Se establece dentro de todas las unidades jerárquicas un relevante factor de motivación del compendio de los responsables y cuadros directivos y pre directivos, por medio de su participación en el proceso de planificación y su compromiso de autorrealización en la ejecución de los proyectos.
- Finalmente se debe destacar que mediante la implantación de la planificación estratégica se crea y desarrolla una cultura de trabajo que facilita poner en práctica el principio de la transparencia en la gestión y la rendición de cuentas en términos de resultados logrados.

Claro que todas estas acciones deben estar en concordancia con un proceso continuo de seguimiento y evaluación de resultados que debe ser llevado a cabo por la empresa.”

2.1.10. La función del control estratégico

De acuerdo a Pérez, (2013) “Es muy común que al hablar de las actividades gerenciales se cite las funciones principales que la constituyen; con base en ello, el planteamiento, ya clásico en el ámbito de la administración de empresas u organizaciones, recoge en su formulación más simple, las funciones de planificar, organizar, ejecutar y controlar.”

Según Pérez, (2013) “Es así que estas cuatro funciones están estrechamente relacionadas, ya que se desarrollan dentro del área de una misma unidad económica, se ejecutan por las mismas personas y producto de aquello se ven influenciados.”

“Este enfoque reconoce la secuencia lógica, este explícitamente o no incluida en el trabajo de cualquier persona que esté al frente de la dirección de la empresa.”

“Sin embargo las funciones anteriormente descritas se entremezclan con la finalidad de la consecución de los objetivos, por lo que no siempre resulta fácil definir los límites y alcances de cada una de ellas.”

2.1.11. Acciones que se derivan del control estratégico

De acuerdo a Alberich y Sotomayor, (2014) “El control dentro de las empresas es visto como u proceso sistemático, por lo tanto consta de fases que tienen que ser ejecutadas.

Respecto a estas acciones se las puede resumir de la siguiente manera:

- Los objetivos y planes
- La organización para lograr estos objetivos y planes, cuando se muestre incapaz para este propósito
- La ejecución de los planes, si no es la más apropiada.”

2.1.1.11. Dinámica de la gestión

Pérez, (2013) “Como el control es un elemento consustancial de la gestión, tiene que practicarse, de una u otra manera, en todos los niveles de la organización.

Ya que no es viable que solo la unidad orgánica de control sea la encargada de practicarlo.”

2.1.12. El Análisis Financiero de una Empresa

Arturo, (2015) manifiesta que “El análisis financiero comprende la ejecución de una interpretación de cierta información de procedencia económica, financiera utilizando métodos y técnicas especiales.”

De acuerdo a (Arturo, 2015) “Otro de los aspectos fundamentales para el desarrollo de un análisis financiero es la compilación de información útil y necesaria que se requiere para un análisis de acuerdo a las necesidades y requerimientos del cliente y la empresa.”

Según, Arturo, (2015) “Entre las causas que se pueden mencionar para la solicitud de un análisis son:

- Los inversionistas para conocer el estado situacional de la empresa en el aspecto financiero.
- La gerencia para el análisis y toma de decisiones con respecto a la toma de decisiones sobre las utilidades.

- Las organizaciones gubernamentales con la finalidad de calcular los tributos a percibir.”

2.1.12.1. Clasificación estado financiero

Rodes, (2014) “Los estados financieros se clasifican de la siguiente forma con respecto a la presentación de sus cuentas:

- Método vertical
- Método horizontal”

2.1.13. La toma de decisiones

Alberich y Sotomayor, (2014) manifiesta que “Sin lugar a dudas la toma de decisiones constituye uno de los procesos más difíciles a los que se enfrenta el ser humano en todos los aspectos de su vida.”

Según, Alberich y Sotomayor, (2014) “El ámbito empresarial no es la excepción, de modo que conocer y dominar las habilidades para acertar con las mejores alternativas para dar respuesta a una situación o requerimiento de la empresa es vital importancia.”

2.1.14. Dirección de recursos humanos

Cuenca, (2010) opina que “El objetivo de la dirección de recursos humanos lo constituyen tanto la intervención sobre el capital humano a manera de estrategias y políticas que favorezcan el desarrollo de mayores aptitudes, conocimientos y habilidades, como igualmente la correspondiente capacitación de quienes están al frente de llevar a cabo este proceso.”

Al respecto, Cuenca, (2010) “Estas políticas deben estar orientadas a favorecer el clima laboral, sobre todo el lineamiento de los objetivos de los individuos con los de la empresa de la forma más equitativa posible.”

2.1.15. La dirección de producción frente a la dirección de operaciones.

Según, Díaz y Peña,(2013) “Dentro de toda empresa existen diferentes áreas funcionales; dentro del departamento de producción se encuentra la dirección de operaciones o dirección de la producción.”

Díaz y Peña,(2013) manifiestan que “La dirección de operaciones y dirección de la producción se enfocan en la transformación de la materia prima e insumos en bienes o servicios.

Es decir que están directamente relacionadas con el diseño, operatividad y el mejoramiento continuo de los sistemas productivos de las empresas u organizaciones.”

Al respecto Díaz y Peña,(2013) “Sin embargo no deben confundirse ambos términos ya que la dirección de operaciones también es considerada como una ciencia o disciplina que tiene como finalidad es el estudio y análisis de la función productiva, mientras que la dirección de producción funciona más bien como una estrategia de direccionamiento en la empresa.”

2.1.16. La organización de la empresa

Rodes, (2014) “En todas empresas es imprescindible la organización como herramienta administrativa, ya que es por medio de ella que los recursos disponibles de la entidad son optimizados al máximo.”

2.1. 16.1. El contexto organizativo

Cuenca, (2010) opina que “Una de las cuestiones más importantes es como poner en práctica la gestión administrativa, he allí que el contexto organizativo debe ser estudiado con detenimiento.”

Ya que la gestión estratégica constituye una corriente intelectual que está enfocada en facilitar que la empresa dirija su atención en los retos a afrontar diariamente.

Según, Cuenca, (2010) “Desde una perspectiva general ha llamado la atención acerca de la necesidad de que los directivos públicos eviten lo que se denomina como el credo racional de la gestión estratégica.”

2.1.17. Definición de servicios

Cuatrecasas,(2012) “La definición de servicios está estrechamente ligada a la acción de prestar un servicio o efecto de servir. Adentrándonos aún más en la temática podemos decir que el concepto de servicios tenemos dos puntos de vista que nos ayudan a aclarar nuestras dudas:

- El proceso de brindar un servicio es un acto o desempeño que brinda una parte a otra.
- De este modo podemos afirmar que el servicio es en esencia intangible y no se obtiene como resultado la propiedad de los factores de producción.”

2.1.17.1. Calidad de Servicios

De acuerdo a Cuatrecasas, (2012) “Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató.”

Según, Cuatrecasas,(2012) “La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos.

El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.”

2.1.18. Gestión de la calidad

De acuerdo a (Cuenca, 2010) “La gestión de la calidad puede ser conceptualizada como la satisfacción que recibe el cliente al consumir un producto o servicio.”

“Para que la empresa tenga calidad en los productos o servicios que ofrece a los clientes dentro del mercado es necesario implantar en la misma cultura de la calidad.”

2.1.19. Gestión del rendimiento

(Cuenca, 2010) “La gestión del rendimiento constituye la piedra angular de la gestión del personal de la empresa, esta gestión se hace visiblemente notoria de la siguiente forma:

- El diseño de un modelo de gestión del desempeño, por medio de estrategias y programas, cuyas bases de construcción sea aplicación inclusiva, transparente y equitativa.

- La capacitación constante de todos los jefes departamentales en los roles propios de la dirección de los recursos humanos.
- La exigencia efectiva de responsabilidades por rendimiento insuficiente de los empleados de la empresa.”

2.1.20. Calidad total

De acuerdo a Cuatrecasas,(2012) “La calidad puede definirse como un conjunto de características que tiene un bien o servicio los cuales han sido obtenidos como resultado de un sistema productivo.

Además estas características deben satisfacer las necesidades y cubrir las expectativas.”

Demás, “El servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad.

En la actualidad en todos los sectores de la economía se toma el servicio al cliente como un aspecto muy importante, es decir le agrega un valor adicional en el caso de bienes de naturaleza tangible y es más representativo en las empresas de servicios.”

“En este tipo de empresas el servicio es la esencia de las actividades económicas de la organización.

Implica el cumplimiento por parte del servicio o producto las especificaciones provenientes de las características que se le han atribuido a su diseño.”

2.1.20.1. Estrategias para mejorar la calidad

Sánchez y Flores y Martin, (2011) “Las empresas de servicios pueden mejorar su calidad basándose en las siguientes consideraciones:

Se deben identificar las falencias de calidad por medio de la DPPS, si los procesos se hallan bien detalladas, se determina si el tiempo empleado en la espera para la prestación de los servicios se han calculado de forma adecuada, si el diagrama permite la determinación de quienes son responsables de la calidad en cada una de las etapas.”

2.1.21. La satisfacción del consumidor

Grande, (2010) “Uno de los aspectos que deben ser medidos las empresas es la satisfacción de los clientes o consumidores de sus productos o servicios, una empresa bien posicionada en el mercado se caracteriza por un nivel elevado en la calidad de los servicios que brinda a los clientes.”

2.1.22. Fidelización de los usuarios mediante el servicio

De acuerdo a Grande, (2010) “Para que la satisfacción de nuestros clientes sea completa, no solamente se debe tomar en cuenta la calidad de los productos o servicios sino que también se debe prestar interés en las actitudes de todo el personal que trabaja en la empresa.”

“De esta forma podríamos concluir que el servicio es una fusión entre deseo y la convicción de colaborar con otra persona a satisfacer sus necesidades o resolver un problema.”

“El personal en todos los niveles y áreas de debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.”

“Las motivaciones en el trabajo constituyen un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia nuestros clientes.”

Al respecto, Grande, (2010) “Las acciones de los integrantes de la empresa son realizadas por ciertos motivos que son complejos, y en ocasiones, contradictorios. Sin embargo es una realidad que cuando actuamos a favor de otro, sea nuestro compañero de trabajo o alguien que es nuestro cliente, lo hacemos esperando resolverle un problema. El espíritu de colaboración es imprescindible para que brinden la mejor ayuda en las tareas de todos los días.”

“La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.”

2.1.23. Ventaja competitiva

Según, Amat, (2012) “Este término hace referencia a una característica de una determinada organización que le permite obtener más rentabilidad y tener la acogida de los usuarios lo cual le permite tener mayor posicionamiento en determinados sectores o mercados.”

“Es importante que una organización trabaje en aras de conseguir una ventaja competitiva sobre la competencia destacándose en algunos aspectos lo cual la hace única y particular.”

2.1.24. Sensibilidad de los clientes a la calidad.

Según, Vargas, (2011) manifiesta que “Los compradores o consumidores de algunos productos o servicios, son poco sensibles a la calidad, sin embargo es posible influir en los clientes potenciales y actuales para que aprecien los niveles de calidad en los mismos.”

“Esto se puede lograr mediante la interacción consistente con el cliente para desarrollar un clima de confianza y seguridad por la eliminación de cualquier problemática de funcionamiento, resistencia, durabilidad u otro atributo apreciado por el cliente.”

“Esto se puede lograr mediante el aseguramiento de calidad en el servicio y el pleno conocimiento, por parte de los clientes de los mecanismos de gestión de la calidad.”

2.1.25. Análisis de las necesidades de la empresa

Ahmed, (2014) opina que “Se debe empezar planteando cuales son los materiales que son necesarios para el correcto y eficaz funcionamiento de las actividades productivas.

“Además no se debe saber solo saber que se necesita sino también las cantidades óptimas y dentro de que plazo se requieren los mismos.”

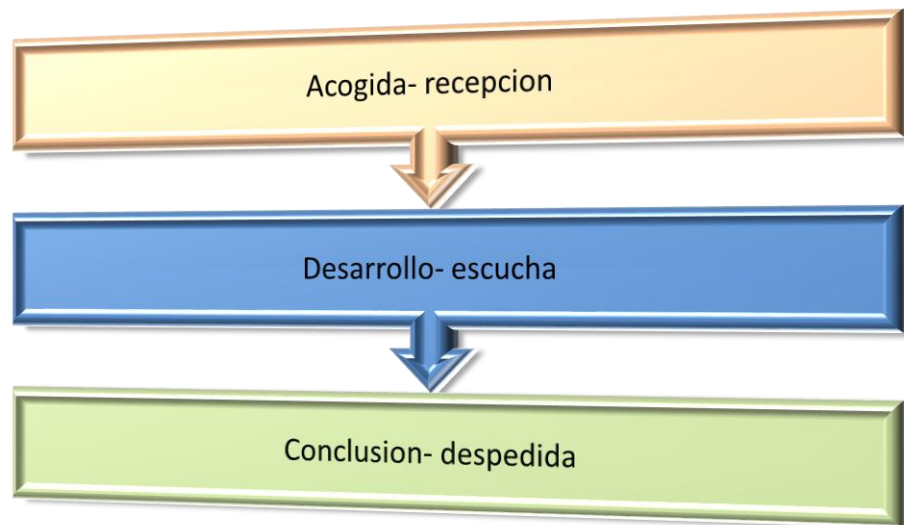
“Otro aspecto que es fundamental especificar en este tipo de casos es la calidad que se espera de los productos solicitados,”

2.1.25.1. El trato con el cliente

Según, Carrasco, (2012) manifiesta que “Dentro de las primeras impresiones que tienen los clientes se tiene que poner en juego todas las habilidades para causar una buena impresión; conseguir captar la atención del cliente desde el primer momento y transformar esa atención en interés por los productos o servicios de la empresa.”

Fases del trato con el cliente

Carrasco, (2012) “El trato con el cliente implica mucho más que el hecho de saludarlo, en la siguiente lista se muestran las fases del trato al cliente:



2.1.26. La importancia del marketing

López, (2012) opina que “La importancia del marketing radica principalmente en que está presente en todos los ámbitos tanto sociales como políticos de nuestro entorno”.

“Es evidente su alcance en las apreciaciones de las personas, que aun sin notarlo, usan leyes del marketing en acciones de su diario vivir. Es decir que sin darse cuenta se llevan a cabo actividades encaminadas a desarrollar relaciones de intercambio de bienes y servicios. Otro aspecto fundamental es que el marketing va más allá de las empresas.”

2.1.26.1. Marketing

- El mercado
- Los clientes
- El marketing dentro de la empresa.(López, 2012)

2.1.26.2. Entorno del marketing

De acuerdo a Blanco P. M., (2014) “Si hablamos del entorno del marketing, la competitividad entre empresas es tan solo una de las variables del ambiente en el que operan los especialistas del marketing, de modo que es imprescindible el estudio de todo el entorno del marketing. A continuación se detallan algunas de las variables que se hallan inmersas en este complejo entorno”

2.1.26.3. El micro entorno o funcional

Según, Carrasco, (2012) “El micro entorno se constituye de todos aquellos agentes que participan de forma inmediata en todo el proceso de producción de bienes o servicios, así como su distribución y la oferta de los mismos”.

2.1.27. Empresa

Ahmed, (2014) “En función de la actividad a la cual se dedican, existen diferentes de tipos de empresas:

- Empresas del sector primario
- Empresas del sector secundario
- Empresas del sector terciario

La clasificación anteriormente mencionada es la que más se ha aceptado, aunque en la actualidad se está incluyendo un nuevo sector el cuaternario que está constituido por los servicios altamente intelectuales, tales como innovación, desarrollo, investigación, etc.”

Carrasco, (2012) “Es relevante mencionar que los proveedores, distribuidores, intermediarios y el público al cual están dirigidos los productos son actores participes de este entorno.

Al referirnos a los proveedores no solamente hablamos de proveedores de materiales e insumos sino también nos referimos a las agencias de investigación de marketing, las instituciones financieras y aseguradoras y las empresas que prestan servicios de transporte”

2.1.28. Gestión Financiera

Según, Carrasco, (2012) La gestión financiera cuenta con las siguientes herramientas:

- Instrumentos de análisis financiero.
- Gestión de recursos financieros a corto plazo.
- Gestión de recursos financieros a largo plazo.
- **Estructura y análisis financiero económico**

Flujo de fondos

De acuerdo a Ortiz, (2013) “Al hablar de flujo de fondos tenemos que recurrir necesariamente al análisis de los ingresos y gastos de la empresa.

La empresa realiza este proceso con la finalidad de conocer el estado financiero económico financiero, ya que la empresa podría estar situación de beneficios y tener problemas de liquidez o también podría suceder lo contrario, pero es muy importante que la empresa esté al tanto de todos estos aspectos ya que esta información influye en la toma de decisiones.

Vamos a empezar por diferenciar entro los conceptos de salud económica (capacidad de generar beneficios) y salud financiera (capacidad de pago a corto plazo) dentro de una empresa.”

2.1.28.1. Área financiera

Cuatrecasas, (2012) opina que “El punto de partida sigue siendo el servicio que la empresa brinda a sus usuarios, este elemento que la empresa ha decidido hacer objeto de sus actividades económicas.”

“Las áreas económica y financiera de la empresa deben velar por su parte, por la consecución de todo lo que se dispuso, con el mayor de los rendimientos posibles, el cual será económico.”

“Se debe minimizar los riesgos al máximo en la mayor medida posible, sin embargo es destacable que a mayores riesgos mayores ganancias podrían percibirse.”

“De modo que en el área económica se desarrollan las funciones propias de la contabilidad así como de la medición del rendimiento económico y la mientras que en el área financiera es la responsable del rendimiento financiero”.

2.1.28.3 Gestión del área financiera de la empresa

Según, Montaña, (2014) “Se debe tener en cuenta que en el área financiera de la empresa donde tiene espacio el desarrollo de la planificación financiera, impactan ciertos factores que están estrechamente ligados con la empresa, que se tendrán muy presente cuando se trate de ejecutar la previsión financiera.

“Esos factores se pueden ordenar en dos grandes grupos económicos. En el primero encontramos que está enfocado en un análisis macroeconómico, además están los que influyen en las actividades empresariales”

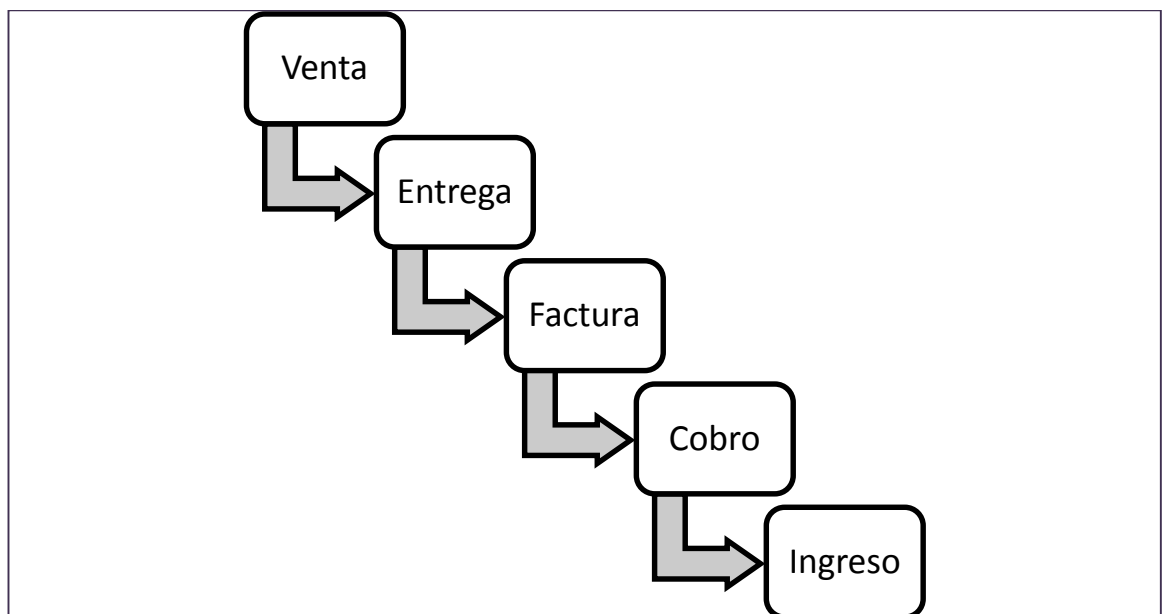
2.1.28.2. Flujo de cobros

De acuerdo a Montaña, (2014) “Es uno de los aspectos financieros más importante dentro de las empresas tanto de servicios como de productos, este acompaña a la gestión de toda empresa, el control y la gestión de procesos de liquidez”.

2.1.28.3. Fases del flujo de cobros

Según, Montaña, (2014)“Para acortar el plazo de tiempo que se tarda en cobrar las ventas que se han hecho, es imprescindible determinar todas las fases en las que se divide el flujo de cobros.

En el presente grafico se muestran las fases para que se lleve a cabo el cobro en la empresa”:



2.1.29. La venta

Montaña, (2014)“Inicia con la negociación del producto o servicio y que termina en el momento en que se procesa el pedido del cliente”.

- **La entrega**

Al respecto, Montaña, (2014) “Una de las finalidades de las empresas es la entrega a tiempo”.

- **La facturación**

Según, Montaña, (2014) “Es uno de los puntos básicos dentro del estudio del flujo de cobros”.

- **El cobro por la venta del servicio o producto**

Montaña, (2014) opina que “Dentro de esta fase está implícito el tiempo de vencimiento del pago y tiene lugar en la fecha señalada”.

2.1.30. Análisis de los Indicadores financieros

Según, Griffin, (2010) “Los indicadores financieros comparan diferentes elementos de un balance general o de un estado de resultados entre sí.

El análisis de los indicadores financieros es el cálculo de una o más razones financieras para evaluar algún aspecto de la salud financiera de una empresa.

Generalmente las empresas emplean una infinidad de razones financieras como parte del control financiero”.

Razones de liquidez

González, (2013) “Mide el nivel en el que los derechos de los acreedores en un tiempo corto se hallan cubiertos por activos que están en la capacidad de transformarse en efectivo dentro de un periodo estipulado como vencimiento del exigible.

Es el resultado de la división entre el total del activo circulante y el total de deudas a corto plazo.”

2.1.30.1. Ratio de endeudamiento

Al respecto Blas, (2013) “Esta razón muestra la relación existente entre los fondos de la empresa que tienen la condición de propios y las deudas que posee la empresa.

Se establece como el resultado de la división entre ratio de endeudamiento, menos capitales propios, dividido entre las deudas totales”

2.1.30.2. Ratio de firmeza o consistencia

Blas, (2013) “Este ratio muestra el grado de estabilidad o capacidad que posee la empresa para hacerle frente a sus acreedores en el largo plazo.

Se calcula como el resultado de la división entre Ratio de firmeza, menos el activo fijo dividido entre el exigible a largo plazo”.

2.1.30.3. Razón circulante

Según, González, (2013) “Es necesario evaluar los activos circulantes de la empresa frente a los pasivos corrientes. Se expresa por lo tanto como el cociente entre estas dos cuentas.

Este resultado se interpreta como la proporción en la cual el activo circulante está comprometido con los pasivos circulantes”.

2.1.31. La planificación y previsión

Al respecto Ahmed, (2014) “Como anteriormente se mencionó planificar representa en la empresa la construcción de los objetivos que se pretenden

alcanzar; dentro de esta construcción se debe tomar en cuenta la situación del entorno que rodeara a la empresa en un futuro”.

“Para saber en todo momento que actuación debe de seguir la empresa, el empresario o director financiero: debe planificar y prever, es decir debe formular un compendio de estrategias a seguir y las alternativas sobre las que tendrá que decidir.”

2.1.32. Importancia del servicio telefónico

Según Alfonso, (2010) “Es muy notoria la importancia tanto social como económica que posee el servicio telefónico para la mayoría de la población”.

“Podemos afirmar que todos alguna vez hemos sido usuarios de este servicio disponible al público”.

“Todo ello gracias a los grandes cambios tecnológicos que se han dado en las últimas décadas, los cuales han multiplicado sus usos, que aparte de servir como medio de comunicación verbal sin importar las distancias, sino también para enviar datos e imágenes.

Este es uno de los sectores que ha experimentado muchísimos cambios constantemente y al que corresponde aparte, por lo menos en cierta proporción el incremento de sus usuarios una notable sensibilización sobre lo que compete a la calidad de los servicios”.

2.1.32.1. Función de una red de telecomunicaciones

Al respecto Kuhlmann, (2010) Para todas las redes cada uno de los clientes o usuarios necesita tener un equipo terminal, este servirá para dar acceso a la red, pero que no forma parte de la misma.

Es así que un usuario que quiera comunicarse con otro empleando su equipo terminal para poder enviar su información hacia su red, y a su vez

transporta la información hasta el punto de conexión del usuario destinatario quien lo recepta con su propio terminal.

Es importante recalcar que los usuarios no están en la posibilidad de emitir información en todas las redes.

Un claro ejemplo de ello es que en televisión, o la radiodifusión, los usuarios son personas o actores pasivos, en función de que solamente reciben la información que se transmite desde las diferentes estaciones transmisoras.

A diferencia de ello la telefonía es un medio de mutua interrelación entre todos los usuarios”.

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1. Calidad

Según Ahmed, (2014) “Es un factor sumamente relevante, es una característica de que se refiere a que las especificaciones que se le atribuyen a una cosa o servicio satisfacen las expectativas puestas sobre determinado producto o servicio”.

De acuerdo a Oteo, (2012) “Calidad es una característica relativa a cada producto o servicio, o bien puede referirse a un conjunto de ellas que son propias de cada cosa las que permiten que esta satisfaga las expectativas o necesidades que motivaron una adquisición.”

2.2.2. Unidades económicas con superávit

Bahillo, (2013) opina que “Son aquellas empresas que gastan una cantidad inferior a la que tienen, es decir que utilizan para su consumo o inversión solamente una parte de sus ingresos totales son:

- Familias o economías domesticas

- Empresas
- Sector publico
- Sector exterior”

2.2.3. Empresa

Según Ahmed, (2014) “Es la organización o entidad que se encarga de brindar una serie de bienes o servicios para la obtención de un beneficio a cambio que por lo regular es en forma de dinero”.

2.2.4. Satisfacción del cliente

De acuerdo a Carrasco, (2012) “La satisfacción del cliente es unos de los aspectos más importantes que debemos tomar en cuenta dentro de la empresa, hace referencia a la medida en la cual se han cumplido las expectativas del cliente con respecto al producto o servicio”.

2.2.5. Atención al cliente

Ahmed,(2014) opina que “Es un conjunto de actividades que están relacionadas entre sí que se dan dentro de las empresas, que están dirigidas a la satisfacción de las necesidades de los clientes, para lo cual en todo momento debe tenerse en cuenta este principio”.

Para Carrasco, (2012)”La atención al cliente va más allá del contacto durante el proceso de compra venta de una organización, es decir que abarca una serie de aspectos que deben considerados por la entidad para la obtención de relaciones positivas en todos los aspectos.”

2.2.6. Estrategia

Al respecto Ayestaran y Rangel y Sebastián, (2012) “La estrategia puede definirse como un plan el cual se constituye de una serie de fases que tienen como propósito la consecución de un determinado objetivo que ha sido

previamente definido, y en torno al cual giran todas estas actividades a realizar”.

Sánchez y Ramos, (2013) dicen que “La estrategia por extraño que parezca no tiene sus orígenes en el ámbito empresarial sino en el militar, siendo que se define como una manera táctica para conseguir algo”

2.2.7. Usuario o cliente

Según Ahmed, (2014) “Este término se refiere a la empresa o persona que recibe un producto o servicio por parte de otra vendedora”.

De acuerdo a Cuesta, (2012) “Corresponde este término a las personas naturales o jurídicas que adquieren un producto o servicio a determinada empresa, siendo una es la parte ofertante y la otra demandante.”

2.2.8. Planificación financiera

Al respecto Cuatrecasas, (2012) “La planificación financiera se encarga de otorgar una estructura de distribución de los recursos de la empresa, por medio de la implementación de un manejo contable y del diseño de los estados financieros con la finalidad de mantener el equilibrio económico en todos los niveles de la empresa”.

Para Baena, (2011) “Es un conjunto de acciones direccionadas hacia la eficiente distribución de los recursos que posee una entidad los cuales se dividen de manera pertinente a cada uno de los planes, programas y estrategias que lo integran.”

2.2.9. Resultados esperados

Según Montoro, (2010) “Son una previsión sobre los resultados que se obtendrían para cada una de las alternativas propuestas”.

Para Ahmed, (2014) “Los resultados esperados son el conjunto de efectos que se prevé conseguir a través de actividades planificadas y llevadas a la praxis.”

2.2.10. Flujo de cobros

Al respecto Montaña, (2014) “Es uno de los aspectos financieros más importante dentro de las empresas tanto de servicios como de productos, este acompaña a la gestión de toda empresa, el control y la gestión de procesos de liquidez.”

Sánchez, Flores y Martín(2011) opinan que “El flujo de cobros es el ingreso de dinero por concepto de deudas que mantenían los clientes o terceras personas a la empresa, este aspecto debe ser manejado estratégicamente por la relevancia que implica por ser uno de los principales rubros de ingreso de efectivo a la organización.”

2.2.11. Evaluación del desempeño

Según Ahmed, (2014) “La evaluación del desempeño es un proceso de gestión en el que los objetivos y competencias de las empresas son difundidos y materializados en un plan de acción por medio del cual se hace un seguimiento continuo y sistemático que garantice el máximo desempeño de las personas que laboran en dicha empresa”.

Al respecto Blas, (2013) “La evaluación del desempeño constituye una fuente de información tanto de carencias a nivel técnico como del grado de satisfacción y motivación del personal, razón por la cual se analizan y evalúan las aptitudes y actitudes de las personas, ya que estas influyen en gran manera dentro del desempeño de sus labores”.

2.2.12. Marketing

Para Baena, (2011) “Es una forma de consecución de los objetivos empresariales, en el cual el factor clave es la satisfacción y la superación de las personas”.

Según López y Rivera, (2012)” Es un aspecto de enorme relevancia para las empresas por su función de captar la atención de los consumidores hacia la adquisición de un producto o servicio determinado conlleva la integración de varias herramientas que permiten a la empresa identificar necesidades y satisfacerlas.”

2.2.13. Ventaja competitiva

Para Menguzzato, (2010) “La ventaja competitiva es un elemento central en el estudio de la competitividad, este término ha evolucionado notablemente con el paso de los años”.

De acuerdo a Vargas y Aldana, (2011)”Representa un factor diferencial que posee la característica de ser relativa por tanto variar de una empresa o otra, el parámetro de comparación son otras empresas que desarrollen sus actividades económicas y sean similares.”

2.2.14. El capital financiero

Al respecto Escribano, (2011) “Como factor importante dentro de la administración financiera ha sido tratado de muchas maneras a través de los años si lo vemos desde el enfoque económico”.

“En sus inicios se abordaba el tema como una magnitud de carácter neutro, sin embargo con el pasar de los años se desarrollaron métodos o más bien modelos económicos, con este surgimiento se consideró ya como una variable exógena”.

Según Griffin, (2010) “Hoy en día, es considerado como un bien económico el sentido de que todo proceso productivo consume varias materias primas, mano de obra, insumos, equipos tecnológicos; y además de aquellos elementos mencionados consume tiempo.”

2.2.15. Planificar

Para Alberich y Sotomayor, (2014) “La acción de planificar es una tarea multidisciplinar e integral, esto debido a que engloba prever, organizar, preparar y ordenar acciones encaminadas a lograr un fin en específico.

Según Blanco, Prado, y Mercado, (2014) “Implica el hecho de anticiparse al futuro para poder construirlo en función de un modelo real que sea considerado aceptable para la estabilidad y desarrollo de la empresa.”

2.2.16. Servicio

Grande, (2010) opina que “El servicio es una acción o conjunto de acciones, prestaciones o esfuerzos, aunque esta conceptualización es muy limitada.

De acuerdo a Carrasco, (2012) “La naturaleza de los servicios es intangible contrario a los bienes o productos los cuales tienen como característica principal el hecho de que pueden ser percibidos por los sentidos humanos”.

2.2.17. Planeación

Según Sánchez, Flores y Martin, (2011) “Es una de las fases más relevantes del proceso administrativo, esta fase precede por lo general al resto de este proceso, debido a que a partir de esta se llevan a efecto las demás fases”.

Al respecto Griffin, (2010) “Es considerada como una función del proceso administrativo que consiste en diseñar los objetivos de forma realista acorde a la situación de la empresa y realizar un plan para su alcance.”

2.2.18. Bien o producto

De acuerdo a Grande, (2010) “Un bien o producto es el resultado que se obtiene de una transformación, es de naturaleza tangible.

Toda actividad empresarial tiene como una de sus finalidades la obtención de un bien”.

Según (Baena, 2011) “Un bien o producto es aquello que ha sido creado con la finalidad de que satisfaga una necesidad o deseo de los individuos que forman parte de un mercado en específico.”

2.3. Fundamentación Legal

2.3.1. Prestadores de Servicios de Telecomunicaciones

Artículo 24.- Obligación de los prestadores de servicios de telecomunicaciones.

Es deber de los prestadores de los servicios de telecomunicaciones, que poseen el título habilitante:

- 1.** Debe garantizar el acceso sin discriminación y de forma igual a toda persona que solicite sus servicios.
- 2.** Es obligatorio prestar un servicio eficiente, uniforme y responsable dando cumplimiento a las regulaciones que dicte la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones.

- 3.** respetar y cumplir la Ley, reglamentos normas técnicas y demás normas establecidas para el efecto.
- 4.** El jefe de título habilitantes debe respetar y hacer respetar los derechos de los usuarios según las estipulaciones de la ley vigente.
- 5.** Proporcionar información oportuna y precisa solicitada por la en forma clara, por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones o el Ministerio pertinente.
- 6.** Proporcionar las facilidades necesarias para realizar la labor de control.
- 7.** Avalar y garantizar la conservación de los números de los usuarios de acuerdo a los lineamientos y términos que establece la Ley.
- 8.** Realizar los pagos dentro de los plazos instaurados en lo referente a las concesiones, tarifas, autorizaciones, etc.
- 9.** Debe cumplir con los compromisos relacionados con la interconexión, acceso y ocupación de acuerdo con las Leyes vigentes.
- 10.** Se debe garantizar la inviolabilidad y confidencialidad de las comunicaciones realizadas mediante las redes y servicios de telecomunicaciones.
- 11.** Implementar las medidas indispensables para proteger los datos personales de los usuarios.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Materiales

El proyecto investigativo se realizó en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) que se encuentra ubicada la Avenida Pichincha y Quito, perteneciente al cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

GRÁFICO 1. MAPA DEL CANTÓN LA MANÁ



Materiales utilizados:

Rubros	Cant.	V. Unitario	V. Total (USD)
Recursos Humanos			
Digitador	1	120	120
Recursos Tecnológicos			
Internet Horas	60	0,5	30
Impresiones	960	0,25	240
Pendrive		12	12
Materiales			
Libreta	1	1	1
Anillados	6	2	12
Empastados	3	10	30
CD-RM	4	2,5	10
Subtotal			455
Imprevistos		20	20
Total de gastos			475

3.1.2.Métodos

Los procedimientos realizados para obtener un resultado de un objetivo planteado a corto o largo plazo se conoce como métodos.

Para la ejecución de este proyecto investigativo se utilizaron los siguientes métodos:

3.1.2.1. Método Deductivo

“Este método subraya que el pensamiento va de lo general a lo particular, utilizando una serie de herramientas que permiten alcanzar los objetivos propuestos”

Se utilizó este método para realizar las conclusiones de los resultados obtenidos de las encuestas a los usuarios de esta institución de telecomunicaciones; con el propósito de conocer la calidad de servicio que presta a la ciudadanía.

3.1.2.2. Método Descriptivo

“Es un método científico que consiste en observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera.

El método mencionado se utilizó en la descripción de las diferentes actividades que se realizaron para la ejecución de este proyecto de tesis.

3.1.2.3. Método analítico- sintético

“Este método implica la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos”. Este método de investigación se utilizó para realizar un análisis de la información y emitir diferentes criterios sobre las

encuestas sobre la calidad de servicio de la telefonía celular y televisión satelital en el cantón La Maná.

3.2. Tipos de Investigación

Para cumplir con las fases de este proyecto investigativo se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

Investigación Explorativa

Se utilizó esta investigación en el momento de la búsqueda de bibliografía relacionada con la temática tomando como referencia para la ejecución de este trabajo.

Investigación Descriptiva

Esta investigación se utilizó para describir diferentes actividades, costumbres y los datos recopilados mediante la aplicación del distinto modelo de estadística.

3.2.1. Técnicas e Instrumentos de Investigación

Las técnicas de investigación son indispensables porque suministran herramientas prácticas para la búsqueda de soluciones a los diferentes problemas planteados.

Para la realización del presente proyecto de investigación se empleó las siguientes técnicas:

Observación directa

Se utilizó la información directa durante la visita a las instalaciones de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) del cantón La Maná.

Cuestionario

El cuestionario se utilizó en esta investigación para recopilar datos mediante las encuestas a los usuarios y empleados para conocer el grado de satisfacción de los mismos frente a los servicios de telefonía celular y televisión satelital.

Encuesta

Se realizaron encuestas a los usuarios y empleados de la Corporación Nacional de telecomunicaciones (CNT)

3.3. Diseño de la Investigación

El presente proyecto de investigación se desarrolló en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), ubicado en el cantón la Maná, provincia de Cotopaxi y fue dirigida a los usuarios de telefonía celular y televisión satelital (CNT)

Se inicia con la identificación de la problemática existente en esta institución pública, para lo cual se compiló información de fuente bibliográfica e internet; posteriormente se realizó una sistematización y planteamiento de los objetivos, hipótesis y variables respectivas.

Siguiendo con la metodología se procedió a elaborar un marco teórico que sustente como base para la realización de esta tesis, posteriormente se aplicaron técnicas y métodos investigativos como las encuestas a los usuarios y personal de la (CNT) para recopilar información referente a la calidad de servicio de la telefonía celular y televisión satelital en el Cantón La Maná.

Estos datos fueron analizados, tabulados y representado en gráficas para su mejor comprensión, seguidamente se comprobó las hipótesis planteadas al inicio de esta tesis;posteriormente se plantearon sugerencias para mejorar la calidad de la gestión administrativa en esta institución pública.

Como último punto se realizaron conclusiones de los resultados obtenidos y sus respectivas recomendaciones.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

La población investigada está conformada por la cantidad promedio de usuarios que acuden a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná (1000 usuarios), según información proporcionada por la institución; además se realizó encuestas al personal que labora en esta institución siendo en su totalidad (5)

Muestra

Se procedió a realizar el respectivo cálculo de la muestra utilizando la fórmula de un muestreo probabilístico estratificado:

CUADRO 1. FÓRMULA MUESTREO PROBABILISTICO

$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$	Significado: n= Tamaño de la Muestra E= Error de Estimación N= Tamaño de la Población
--------------------------------	---

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

$$n = \frac{1000}{0.0025(1000 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{1000}{0.0025(999) + 1}$$

$$n = \frac{1000}{3.4975}$$

n= 286 usuarios a encuestar.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS DE LA (CNT) LA MANÁ

Objetivo: Conocer el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a la telefonía celular y televisión satelital.

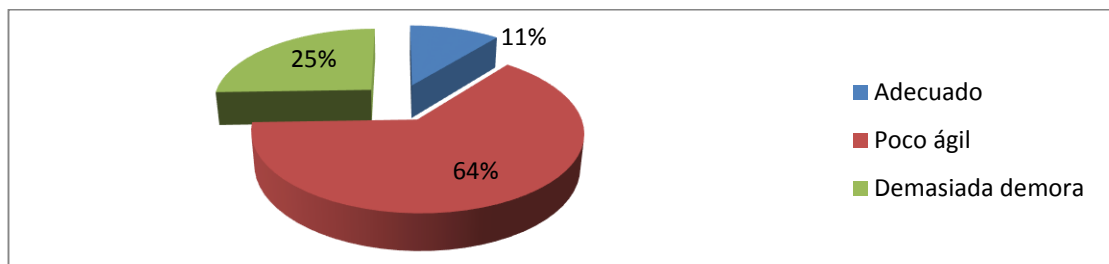
1. CONSIDERA USTED QUE EL TIEMPO DE ESPERA PARA RESPONDER A SUS PETICIONES DE TELEFONÍA Y TV SATELITALA LA “CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT) ES:

CUADRO NO. 2: RESPUESTA A LAS PETICIONES

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Adecuado	31	11 %
Poco ágil	182	64 %
Demasiada demora	73	26 %
Totales	286	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 2: RESPUESTA A LAS PETICIONES



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 64% de los usuarios manifestaron que el tiempo de espera es poco ágil, el 25% demasiado demorado y el 11% lo considera adecuado.

Interpretación: De acuerdo al gráfico anterior se deduce que la mayoría de los usuarios considera que el tiempo de espera para la solución de sus problemas es deficiente por tanto este aspecto constituye una debilidad para la empresa y se deben tomar los correctivos necesarios.

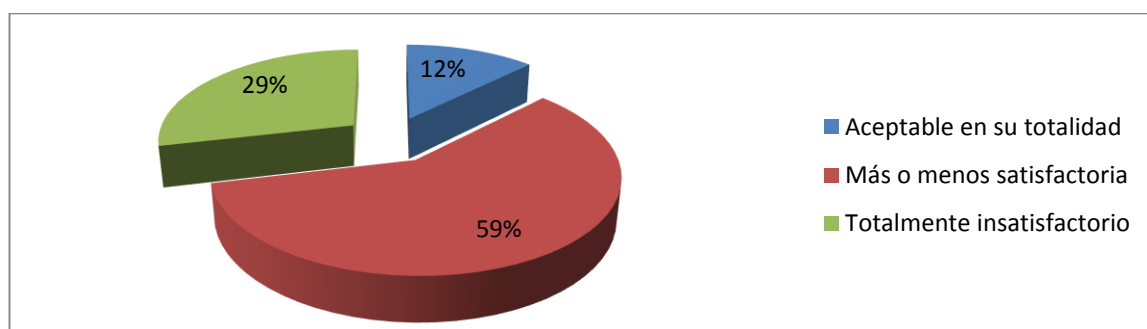
2. ¿SEGÚN SU CRITERIO CUAL ES EL GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON LOS SERVICIOS DE TELEFONÍA Y TV SATELITAL QUE OFRECE LA “CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT) LA MANÁ?

CUADRO NO. 3: NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LOS SERVICIOS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Aceptable en su totalidad	36	13%
Más o menos satisfactoria	168	59%
Totalmente insatisfactorio	82	29%
Totales	286	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 3: NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LOS SERVICIOS



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 59% de los encuestados asevero que la atención es más o menos satisfactoria, el 29% está totalmente insatisfecho y tan solo el 12% lo considera aceptable.

Interpretación:

En base a este grafico se puede visualizar que el grado de satisfacción de los usuarios se mantiene en un nivel bajo puesto que tan solo el 12% lo considera adecuado.

3. ¿TIENE USTED CONOCIMIENTO DE LA TOTALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT), LA MANÁ?

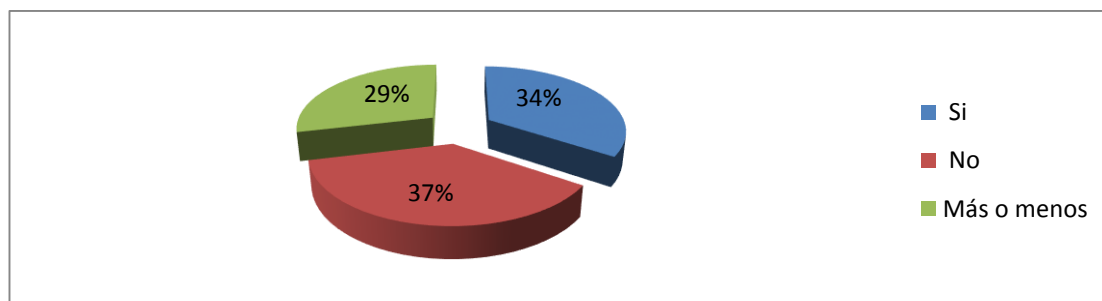
CUADRO N°. 4: CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	98	34%
No	106	37%
Más o menos	82	29%
Totales	286	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.

Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 4: CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS



Análisis: El 37% de los usuarios respondió que no está al tanto de los servicios brindados en la (CNT), La Maná, mientras el 34% manifestó que sí y el 29% más o menos.

Interpretación:

Esta pregunta se enfoca en tener pleno conocimiento de la difusión que tienen los servicios ofrecidos por Corporación Nacional de Telecomunicaciones entre los usuarios. Es así que se deduce que existe deficiente difusión en esta empresa de telecomunicaciones.

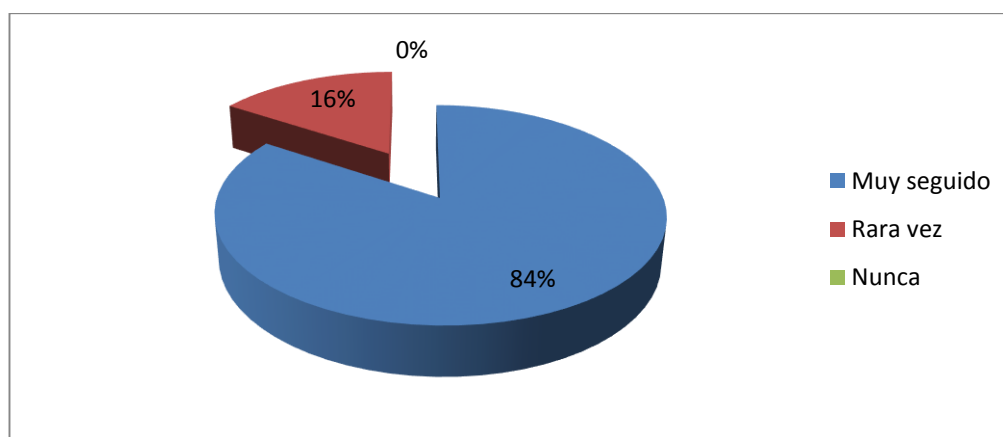
4. ¿SEGÚN SUS CONSIDERACIONES CON QUÉ FRECUENCIA PRESENTA QUEJAS A LA PARTE ADMINISTRATIVO – FINANCIERA DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES?

CUADRO NO.5: FRECUENCIA DE QUEJAS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Muy seguido	241	84%
Rara vez	45	16%
Nunca	0	0%
Totales	286	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 5: FRECUENCIA DE QUEJAS



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 84% de los encuestados respondió que presenta sus quejas muy seguido, en tanto que el 16% manifiesta que rara vez lo hace.

Interpretación:

De acuerdo al gráfico anterior se puede resaltar que existe una frecuencia alta de reclamos y quejas en el área administrativa y financiera de esta empresa por motivos de la telefonía celular y televisión satelital.

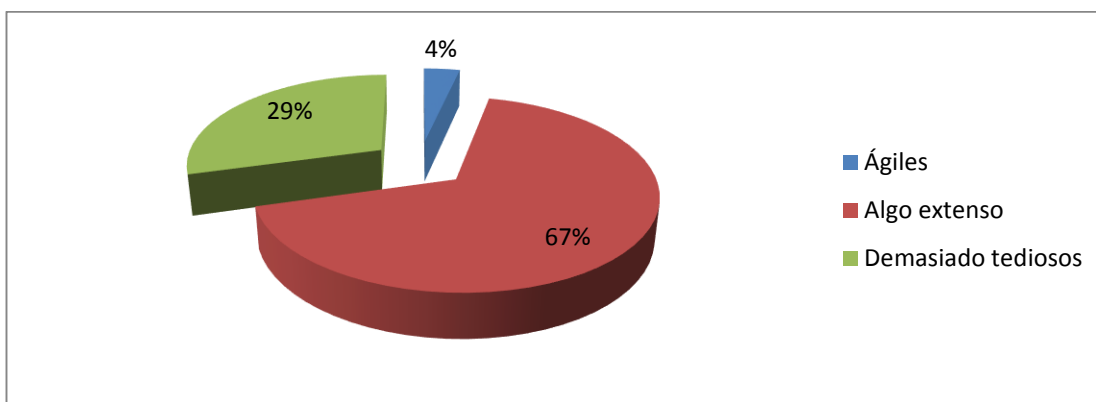
5. CREE USTED QUE LOS PROCESOS LLEVADOS A CABO PARA DAR SOLUCIÓN A LOS REQUERIMIENTOS DE LOS USUARIOS POR EL ÁREA ADMINISTRATIVO- FINANCIERO DE LA EMPRESAS ES:

CUADRO NO.6: CALIDAD DE LOS PROCESOS

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Ágiles	10	3%
Algo extenso	192	67%
Demasiado tediosos	84	29%
Totales	286	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 6: CALIDAD DE LOS PROCESOS



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 67% de los usuarios encuestados respondió que el proceso utilizado para la solución de sus quejas es algo extenso, 29% manifestó que es demasiado tedioso y tan solo el 4% lo considera ágil.

Interpretación:

Según el análisis anterior los usuarios se encuentra insatisfechos en relación a la metodología utilizada para dar solución a sus reclamos, siendo este un factor predominante para preferir a la competencia.

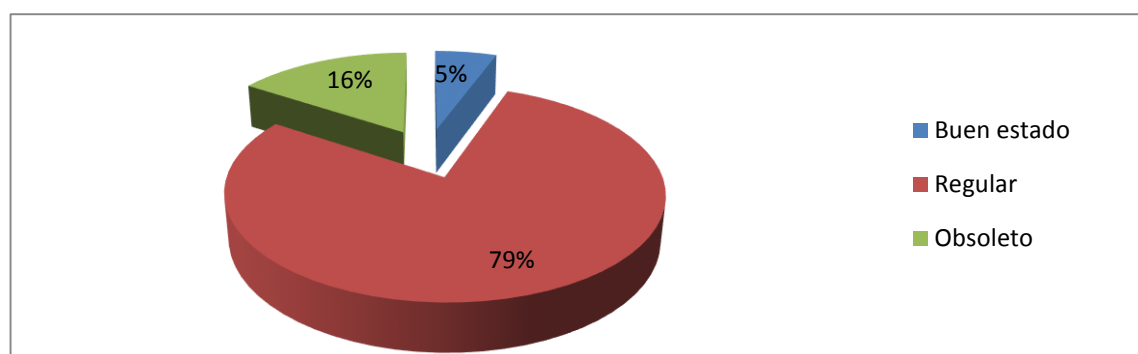
6. ¿QUE PERCEPCIÓN TIENE USTED SOBRE LOS EQUIPOS Y MECANISMOS QUE SE EMPLEAN EN LAS INSTALACIONES FÍSICAS DEL ÁREA ADMINISTRATIVO FINANCIERA DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES?

CUADRO NO.7 PERCEPCIÓN SOBRE EL EQUIPO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Buen estado	16	5%
Regular	225	79%
Obsoleto	45	16%
Totales	286	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 7: PERCEPCIÓN SOBRE EL EQUIPO



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 79% opina que los equipos se encuentran en regular estado, el 16% manifiesta que los equipos se encuentran obsoletos; el 5% en buen estado.

Interpretación: Según los porcentajes del grafico anterior se establecen que un porcentaje alto de usuarios considera que los equipos se encuentran en regular estado siendo un aspecto favorable para la empresa.

4.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS EMPLEADOS DE LA (CNT) LA MANÁ

1. COMO EMPLEADO DE LA INSTITUCIÓN ESTÁ AL TANTO DE CUÁL ES LA ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA (CNT), LA MANÁ?

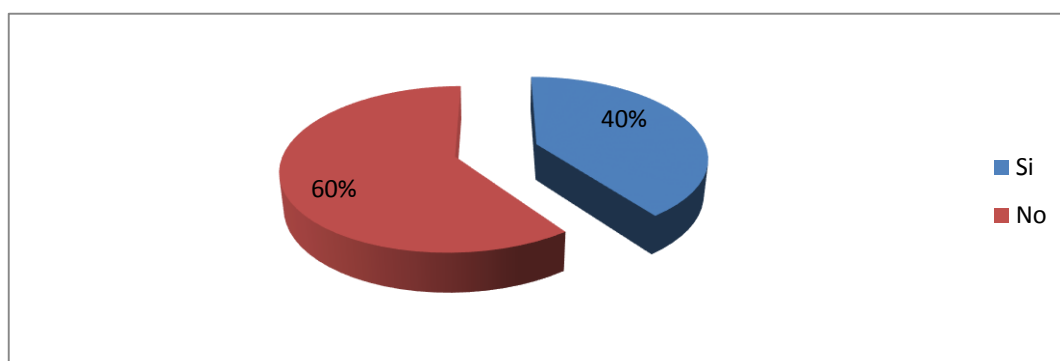
CUADRO NO.8: CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	2	40%
No	3	60%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.

Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 8: CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.

Elaborado por: Autora

Análisis: El 60% de Las personas que laboran en esta empresa manifestaron desconocer la organización estructural y el 40% restante respondió que si conoce.

Interpretación: Es indispensable la difusión y conocimiento de la estructura organizativa por parte de todas las personas que colaboran en una institución con el propósito de mejorar el desempeño diario de sus actividades; el hecho que en un grupo reducido de colaboradores exista desconocimiento de este aspecto resalta descuido por parte del jefe regional.

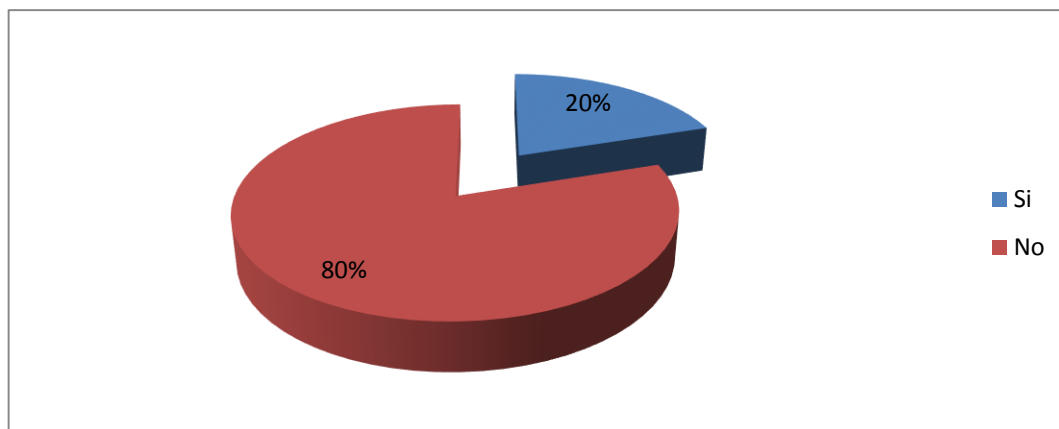
2. ¿ESTÁ USTED SATISFECHO DE LA DISTRIBUCIÓN Y ADECUACIÓN DEL LUGAR EN EL QUE TRABAJA?

Cuadro No.9: OPINION DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	1	20%
No	4	80%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N°. 9: OPINION DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: Según el gráfico se puede apreciar que el 80% de los encuestados respondió que no se encuentra satisfecho y el 20% manifestó que sí.

Interpretación:

Del análisis anterior se puede resaltar que existe insatisfacción por parte del personal en cuanto a la distribución de su área de trabajo puesto que son reducidas y no muy acorde a las necesidades laborales; este aspecto debe ser muy tomado en cuenta porque un personal inconforme con su ambiente laborable disminuye su rendimiento.

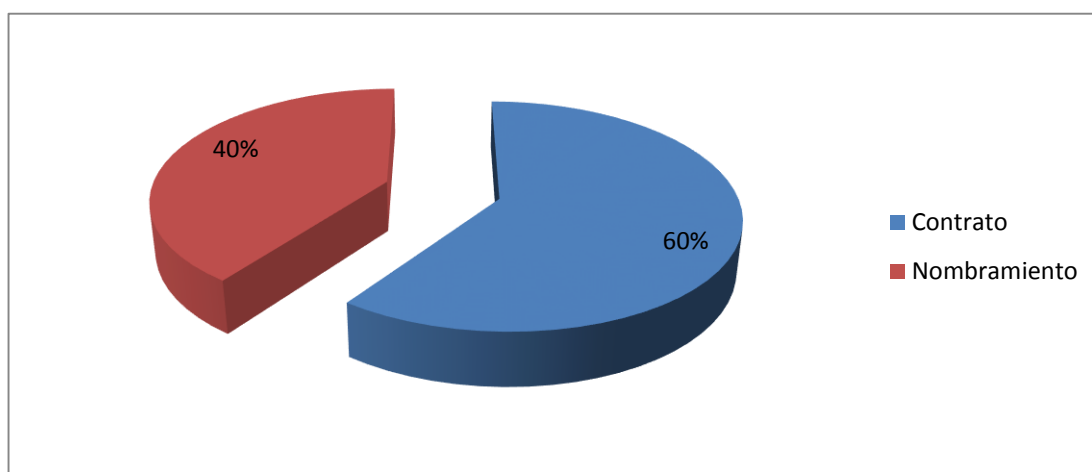
3. SU RELACIÓN LABORAL CON LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT), LA MANÁ ES DE :

CUADRO N°.10: AMBIENTE LABORAL

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Contrato	3	60%
Nombramiento	2	40%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N°. 10: AMBIENTE LABORAL



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 60% de las personas que laboran en esta empresa son por contratos y el 40% restante tienen nombramientos.

Interpretación: La estabilidad laboral es fundamental para toda empresa, muchas veces se invierte en adiestramiento laboral y al poco tiempo son reemplazados por nuevos personal.

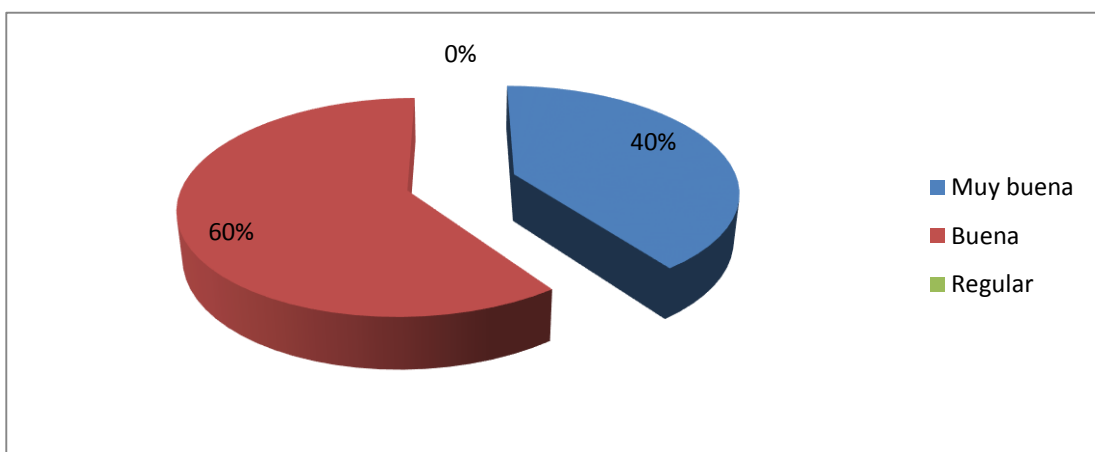
4. CONSIDERA USTED QUE LA COMUNICACIÓN ENTRE COMPAÑEROS DE TRABAJO Y DIFERENTES DEPARTAMENTOS ES:

CUADRO NO.11: COMUNICACIÓN LABORAL

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Muy buena	2	40%
Buena	3	60%
Regular	0	0%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N°. 11: COMUNICACIÓN LABORAL



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná
Elaborado por: Autora

Análisis: El 60% del personal encuestado respondió que la comunicación laboral entre compañeros es buena; y el 40% manifestó que es muy buena.

Interpretación: De acuerdo a los porcentajes obtenidos se puede apreciar que existe una buena comunicación laboral entre compañeros dentro de esta empresa, siendo una fortaleza puesto que esto crea un buen ambiente e incentiva a mejorar su desempeño.

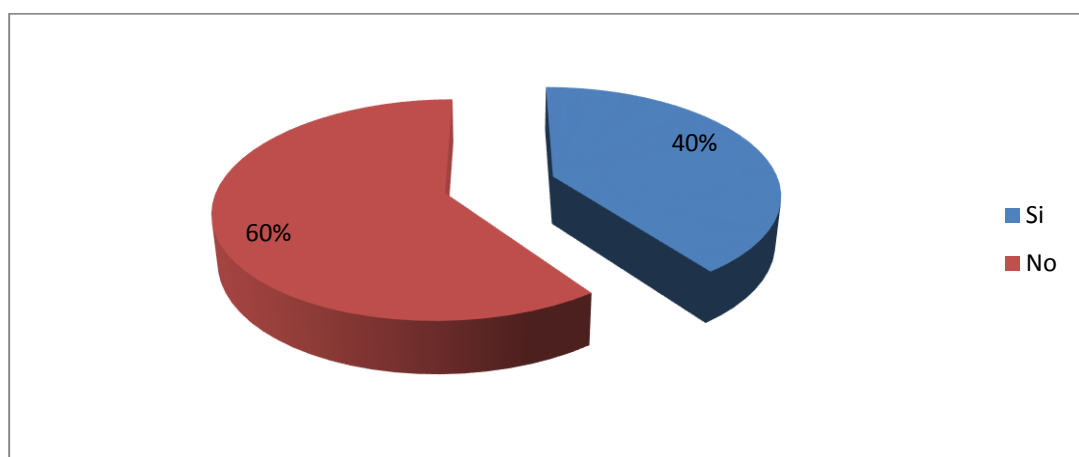
5. ¿EXISTE UN AMBIENTE DE TRABAJO MOTIVADOR EN SUS ACTIVIDADES DIARIAS?

CUADRO N.º 12: MOTIVACIÓN LABORAL

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	2	40%
No	3	60%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Gráfico No. 12: MOTIVACIÓN LABORAL



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 60% respondió que no existe un ambiente motivador en el trabajo; mientras que el 40% dice que si existe un buen ambiente laboral.

Interpretación: Según los datos que refleja el gráfico anterior la mayoría de las personas que laboran en esta empresa manifiestan que no existe un ambiente adecuado esto en parte se debe a la infraestructura inadecuada y exceso de funciones compartidas.

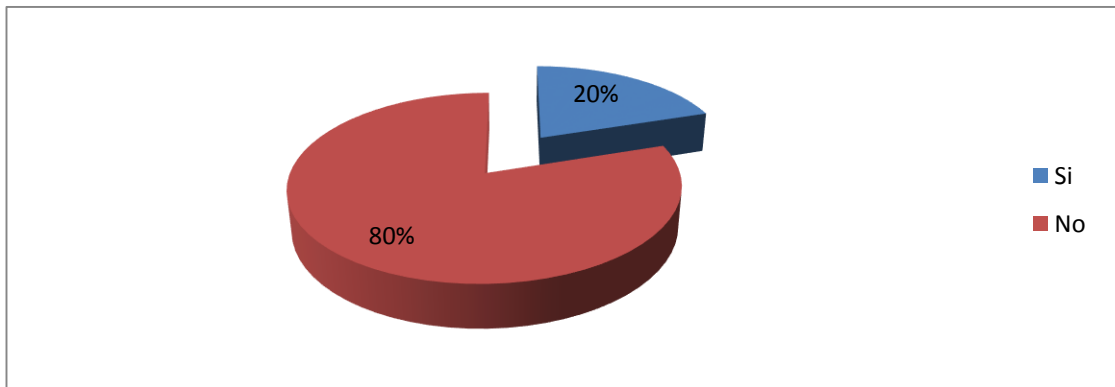
6. ¿LA EMPRESA IMPARTE CAPACITACIONES CONTINUAS PARA REALIZAR SUS ACTIVIDADES?

Cuadro No.13: CAPACITACIONES

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	1	20%
No	4	80%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N°. 13: CAPACITACIONES



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 80% de las personas que laboran en esta empresa manifiesta que no se realizan capacitaciones continuas para realizar sus actividades, el 20% manifiesta que si se realizan.

Interpretación:

Un personal capacitado está en disposición de mejorar su rendimiento laboral y sentirse más motivado, por tanto es primordial que se ponga énfasis en realizar capacitaciones continuas referentes al desarrollo de sus actividades y adicional temas de motivación y superación personal muy necesarios para la superación y realización del personal.

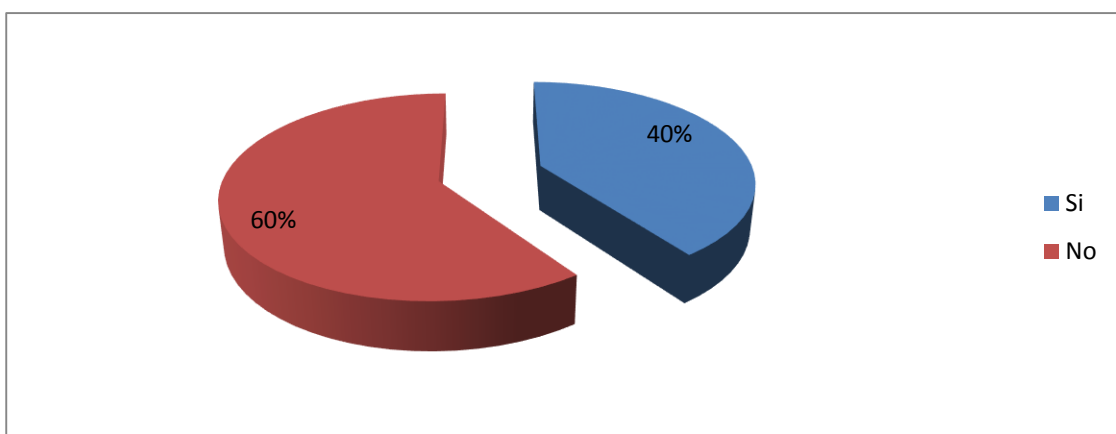
7. ¿SEGÚN SU CRITERIO POSEE LA EMPRESA EQUIPOS TECNOLÓGICO E IMPLEMENTOS NECESARIOS PARA BRINDAR LOS SERVICIOS DE TELEFONÍA Y TV SATELITAL?

CUADRO NO.14: CALIDAD DE EQUIPO TECNOLÓGICO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	2	40%
No	3	60%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 14: CALIDAD EQUIPO TECNOLÓGICO



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 60% del personal encuestado manifestó que la empresa no posee el equipo necesario para brindar el servicio de telefonía celular y televisión satelital, el 40% restante respondió que sí existe.

Interpretación: según el gráfico anterior se puede apreciar que existe equipos e implementos para la prestación de servicios de telefonía celular y televisión satelital, muchas veces contar con un personal capacitado resulta insuficiente sino posee los equipos adecuados.

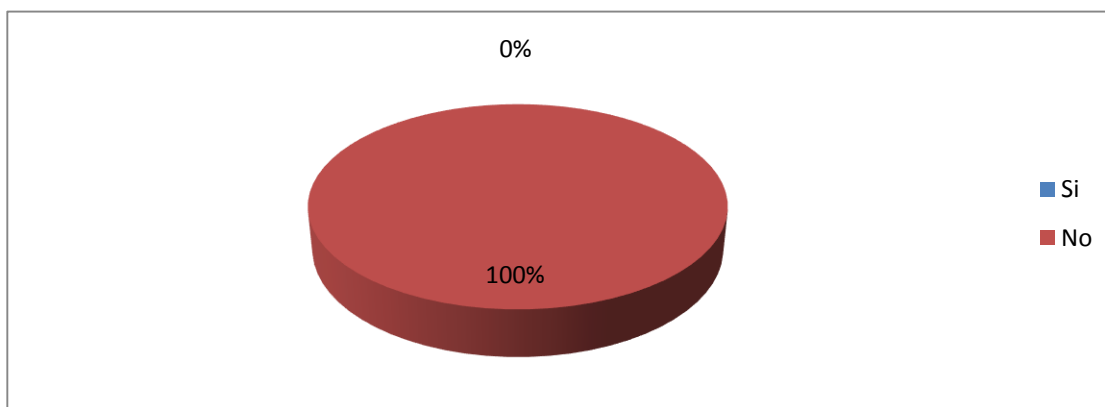
8. ¿LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT), LA MANÁ HA DISEÑADO UN MODELO ADMINISTRATIVO FINANCIERO?

CUADRO NO. 15 EXISTENCIA MODELO ADMINISTRATIVO FINANCIERO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	0	0%
No	5	100%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 15: EXISTENCIA MODELO ADMINISTRATIVO FINANCIERO



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: La totalidad de las personas encuestadas respondió que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná no posee un modelo administrativo financiero.

Interpretación: De acuerdo a los resultados que refleja el análisis anterior se puede apreciar que la ausencia de un modelo administrativo y financiero es una de las causas de inconformidad de la ciudadanía.

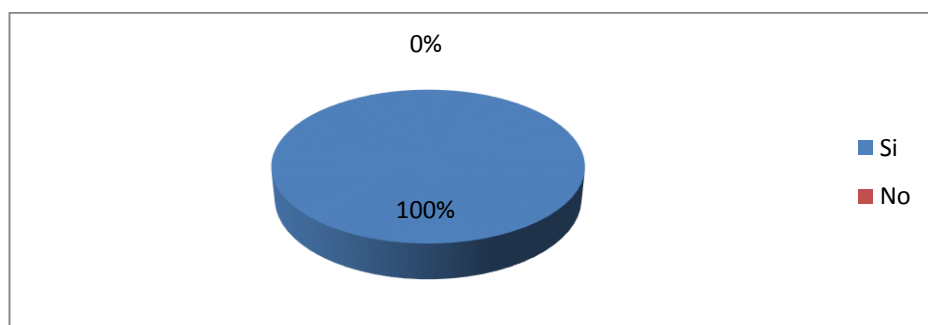
9. ¿USTED CONSIDERA INDISPENSABLE LA EJECUCIÓN DE UN MODELO ADMINISTRATIVO FINANCIERO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA TELEFONÍA Y TELEVISIÓN SATELITAL?

CUADRO N° .16: ACEPTACIÓN DEL MODELO

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	5	100%
No	0	0%
Totales	5	100%

Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

GRÁFICO NO. 16: ACEPTACIÓN DEL MODELO



Fuente: Usuarios Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná.
Elaborado por: Autora

Análisis: El 100% del personal que labora en la (CNT), La Maná considera indispensable la implantación de un modelo administrativo y financiero para mejorar la calidad de servicio.

Interpretación: Según los datos del grafico anterior se puede apreciar que existe un apoyo unánime para la adopción de un modelo financiero y administrativo para mejorar la calidad de servicio de la telefonía celular y televisión satelital, lo cual representa un aspecto positivo.

4.3. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LA JEFE REGIONAL DE LA CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT), LA MANÁ

1. ¿Bajo qué normativa legal desarrolla sus actividades la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná?

De acuerdo a la representante de esta empresa menciona que se está rigiendo según las normativas vigentes en la ley de Comunicaciones vigentes en el país.

2. ¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná posee un organigrama estructural con sus respectivas funciones definidas?

Se ha planteado la posibilidad de diseñar un organigrama pero hasta el momento solo está entre uno de proyectos a concretarse en el próximo año; para de forma manera dar cumplimiento a la ley vigente de creación de una empresa del sector público.

3. ¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná tienen visión y misión definidas?

La Agencia de la (CNT), La Maná no posee visión y misión definidas, esta y otras cuestiones han sido mocionadas pero hasta el momento no se han concretado.

4. ¿Al momento de la toma de decisiones se basa en la información financiera?

Para la toma de decisiones se basa primero en lo legal, después en el aspecto financiero, puesto que las decisiones se realizan en base a presupuestos previamente planificados.

- 5. De acuerdo a su criterio considera que la Corporación Nacional de telecomunicaciones (CNT), La Maná ha cumplido como entidad los objetivos planteados.**

En varios aspectos se ha cumplido pero existen deficiencias por la falta de personal, infraestructura inadecuada y problemas con la calidad de la señal en esta zona.

4.4. Análisis FODA.

El análisis FODA, es un arreglo de información presentado mediante filas y columnas; es una técnica que es recomendable realizar un diagnóstico a los factores externos e internos de una organización.

Con el propósito de conocer la situación actual de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná se procedió a realizar el análisis FODA.

Fortalezas

- Personal dispuesto al cambio.
- Buena relación laboral entre compañeros.
- Ubicación estratégica
- Fondos transferidos de manera puntual desde la matriz.
- Dispone del sistema SAP para la integración de la gestión administrativa y financiera.

Debilidades

- Inadecuado manejo del inventario.
- Inexistencia de visión, misión.
- Ausencia de organigrama.
- No existen capacitaciones frecuentes.
- No existe un manual de funciones definido.
- Ausencia de reportes financieros.

Oportunidades

- Aceptación de la ciudadanía lamanense.
- Incremento en las ventas de telefonía celular y televisión satelital.
- Acceso a capacitaciones a nivel nacional.
- Aumento de nueva plazas de trabajo.

Amenazas

- Centralización de los procesos.
- Falta de una cultura de pago puntual.
- Políticas y reglamentos cambiantes.
- Competencia con aceptación alta en el cantón.
- Cambios constantes de personal.
- No existe continuidad en los proyectos por parte del nuevo personal.

Cuadro 17. ANALISIS INTERNO

		
ANALISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Personal dispuesto al cambio.	D1. Inadecuado manejo del inventario.
	F2. Buena relación laboral entre compañeros.	D2. Inexistencia de visión, misión.
	F3. Ubicación estratégica.	D3. Ausencia de organigrama.
	F4. Fondos transferidos de manera puntual desde la matriz.	D4. No existen capacitaciones frecuentes.
	F5. Dispone del sistema SAP para la integración de la gestión administrativa y financiera	D5. No existe un manual de funciones definido.
		Ausencia de reportes financieros

Cuadro 18. ANALISIS EXTERNO



ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1. Aceptación de la ciudadanía lamanense.	A1. Centralización de los procesos.
	O2. Incremento en las ventas de telefonía celular y televisión satelital.	A2. Falta de una cultura de pago puntual.
	O3. Acceso a capacitaciones a nivel nacional.	A3. Políticas y reglamentos cambiantes.
	O4. Aumento de nueva plazas de trabajo.	A4. Competencia con aceptación alta en el cantón.
	O5. Aceptación de la ciudadanía lamanense.	A5. Cambios constantes de personal.
		No existe continuidad en los proyectos por parte del nuevo personal.

4.5. Análisis financiero
BALANCE GENERAL DE CNT AGENCIA LA MANA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

ACTIVO			69.370,23
Activo corriente		17.700,00	
Caja	6.500,00		
Bancos	11.200,00		
Activos Exigibles		6.600,00	
Clientes por cobrar clientes	6.500,00		
Anticipo impuesto a la renta	100,00		
Propiedad, planta y equipo		45.070,23	
Muebles y enseres	8.900,00		
Depreciación acum.de muebles y enseres	2.300,23		
Maquinaria y equipo	18.900,00		
Depreciaciónacum de maquinaria y equipo	320,00		
Equipo de computo	10.600,00		
Depreciación acum. de equipo de computo	4.050,00		
Total Activos		69.370,23	
PASIVO			41.431,25
PASIVO CORRIENTE		41.431,25	
Cuentas por pagar Proveedores	18.950,00		
IESS por pagar	2.270,00		
Sueldos por pagar	6.500,00		
Impuesto a la renta	13.711,25		
TOTAL PASIVO		41.431,25	
PATRIMONIO			
CAPITAL			
Utilidad del ejercicio		27.938,98	
TOTAL CAPITAL			27.938,98
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO			69.370,23

**4.5.1. BALANCE GENERAL DE CNT AGENCIA LA MANA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

ACTIVO			68.570,23
Activo corriente		18.000,00	
<i>Caja</i>	4.800,00		
Bancos	13.200,00		
Activos Exigibles		6.500,00	
Cuentas por cobrar	6.500,00		
Propiedad, planta y equipo		44.070,23	
Muebles y enseres	8.900,00		
Depreciación acum.de muebles y enseres	2.300,23		
Maquinaria y equipo	17.900,00		
Depreciacionacum de maquinaria y equipo	320,00		
Equipo de computo	10.600,00		
Depreciación acum. de equipo de computo	4.050,00		
Total Activos		68.570,23	
PASIVO			46.260,00
PASIVO CORRIENTE		46.260,00	
Cuentas por pagar Proveedores	19.980,00		
IESS por pagar	4.890,00		
Sueldos por pagar	6.500,00		
Impuesto a la renta	14.890,00		
TOTAL PASIVO		46.260,00	
PATRIMONIO			
CAPITAL			
Utilidad del ejercicio		22.310,23	
TOTAL CAPITAL			

			22.310,23
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO			68.570,23

4.5.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de pérdidas y ganancias CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA LA MANA al 31 de diciembre del 2013			
Ingresos			95650,00
Ingresos operacionales		90050,00	
Ingresos de servicio de larga distancia	18500,00		
Ingresos servicios locales y nacionales	8210,00		
Internet fijo móvil	21590,00		
Transmision de datos e internet corporativo	5320,00		
Ingresos por telefonía celular	10590,00		
Ventas de equipos operativos	13400,00		
Contac center	1760,00		
Servicios de televisión	10680,00		
Ingresos no operacionales		5600,00	
Venta de activos	5600,00		
EGRESOS			59459,00
Gastos administrativos		44230,00	
Remuneraciones y beneficios	6230,00		
Publicidad	16000,00		
Seguros	22000,00		
GASTOS OPERACIONALES		6609,00	
Servicios básicos	690,00		
Arriendos	5400,00		
Suministros de oficina	109,00		
Suministros de limpieza	40,00		
Impuestos municipales	180,00		
Gastos varios	190,00		
GASTOS FINANCIEROS		1900,00	

Servicios bancarios	1900,00		
COSTOS		6720,00	
Costo de ventas	6720,00		
Utilidad del ejercicio antes de impuestos			36191,00
Impuesto al renta			9047,75
Utilidad o pérdida del ejercicio			27143,25

Estado de pérdidas y ganancias CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA LA MANA al 31 de diciembre del 2014			
Ingresos			88930,00
Ingresos operacionales		73330,00	
Ingresos de servicio de larga distancia	2980,00		
Ingresos servicios locales y nacionales	9210,00		
Internet fijo móvil	22590,00		
Transmisión de datos e internet corporativo	4320,00		
Ingresos por telefonía celular	9590,00		
Ventas de equipos operativos	16400,00		
Contac center	1560,00		
Servicios de televisión	9680,00		
Ingresos no operacionales		15600,00	
Venta de activos	15600,00		
EGRESOS			34085,00
Gastos administrativos		19245,00	
Remuneraciones y beneficios	4230,00		
Publicidad	15000,00		
Seguros	50,00		
GASTOS OPERACIONALES		6500,00	
Servicios básicos	600,00		
Arriendos	5400,00		
Suministros de oficina	90,00		
Suministros de limpieza	40,00		
Impuestos municipales	180,00		
Gastos varios	190,00		
GASTOS FINANCIEROS		1620,00	
Comisiones	120,00		
Servicios bancarios	1500,00		
COSTOS		7720,00	
Costo de ventas	7720,00		

Utilidad bruta del ejercicio			54845,00
Utilidad antes de impuestos			54845,00
Impuesto a la renta 25%			13711,25
Utilidad o pérdida del ejercicio			41133,75

4.5.3. Análisis del Balance General

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES AGENCIA LA MANA						
	AÑO 2013	AÑO 2014	VARIACION	ANALISIS VERTICAL (2013)	ANALISIS VERTICAL (2014)	ANALISIS HORIZONTAL (2013-2024)
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	6.500,00	4.800,00	-1.700,00	36,72%	26,67%	-26,15%
Bancos	11.200,00	13.200,00	2.000,00	63,28%	73,33%	17,86%
Total de activos corrientes	17.700,00	18.000,00		100,00%	100,00%	
Activos Exigibles						
Clientes por cobrar clientes	6.500,00	6.500,00	0,00	98,48%	100,00%	0,00%
Anticipo impuesto a la renta	100		-100	1,52%		-100,00%
Total de activos exigibles	6.600,00	6.500,00		100,00%		
Propiedad, planta y equipo						
Muebles y enseres	8.900,00	8.900,00	0,00	19,75%	20,20%	0,00%
Depreciación acum.de muebles y enseres	2.300,23	2.300,23	0,00	5,10%	5,22%	0,00%
Maquinaria y equipo	18.900,00	17.900,00	-1.000,00	41,93%	40,62%	-5,29%
Depreciación acum de maquinaria y equipo	320	320	0,00	0,71%	0,73%	0,00%
Equipo de computo	10.600,00	10.600,00	0,00	23,52%	24,05%	0,00%
Depreciación acum. de equipo de computo	4.050,00	4.050,00	0,00	8,99%	9,19%	0,00%
Total Activos fijos	45.070,23	44.070,23		100,00%	100,00%	
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas por pagar Proveedores	18.950,00	19.980,00	1.030,00	45,74%	43,19%	5,44%
IESS por pagar	2.270,00	4.890,00	2.620,00	5,48%	10,57%	115,42%
Sueldos por pagar	6.500,00	6.500,00	0,00	15,69%	14,05%	0,00%
Impuesto a la renta	13.711,25	14.890,00	1.178,75	33,09%	32,19%	8,60%
Total de pasivos corrientes	41.431,25	46.260,00		100,00%	100,00%	
Utilidad del ejercicio	28.938,98	22.310,23	-6.628,75			

4.5.4. Análisis vertical del balance general

Año 2013

La empresa CNT agencia La Mana, según el análisis vertical presenta los siguientes resultados:

En cuanto al total de los activos corrientes se aprecia que el 36% corresponde al dinero disponible en caja de la empresa y el restante se halla en cuentas bancarias.

Esto da a entender que la empresa durante este periodo ha tenido dinero en efectivo y en bancos que bien pudieron haber sido destinado a otro tipo de inversiones o implementaciones de nuevos servicios.

Del 100% de los activos fijos que posee la empresa el 41.93% pertenece a maquinarias y equipo, lo cual es indispensable para la prestación de servicios, esto indica que por ahora la empresa no requiere de nuevas compras en este rubro ya que se halla bien implementada; además que otra partida importante dentro de los activos fijos es equipos de cómputo que ocupa el 23.52% del total de activos fijos.

Año 2014

En el año 2014 la empresa CNT agencia La Mana según el análisis vertical presenta los siguientes resultados:

Teniendo como 100% al activo corriente refleja que la cuenta caja representa un 26.67%, lo que da a entender que la empresa cuenta con dinero en efectivo para realizar algún tipo de pago o contingencia que se le presente.

La empresa en cuentas bancarias presenta el 73.33% de los activos corrientes, siendo este producto de los cobros de los servicios brindados.

En cuanto a los pasivos corrientes la cuenta que mayor relevancia tiene es la de cuenta por pagar a proveedores, lo cual muestra que la empresa tiene un considerable margen de adeudos con terceros que debe ser tomado en cuenta para su pago.

4.5.5. Análisis horizontal del periodo 2013-2014

La empresa CNT presenta los siguientes resultados durante el periodo (2013-2014) según el análisis horizontal:

En referencia a la cuenta caja demuestra que existió una variación decreciente del 26.15%, lo cual podría ser explicado mediante el incremento de la cuenta bancos en la que se dio un crecimiento porcentual del 17.86%.

Es considerable mencionar que las cuentas muebles y enseres, equipos de cómputo y sus correspondientes depreciaciones se mantuvieron estáticas, entendiendo por tal que la empresa no necesitó durante este periodo de compras por estos conceptos lo cual es favorable para la empresa.

En cuanto a las obligaciones que la empresa mantuvo con sus proveedores se aprecia que una variación porcentual creciente del 5.44% con referencia al año anterior, lo cual muestra que los márgenes de deudas por este tipo de rubro se mantiene prácticamente invariable, siendo explicada su variación porcentual mediante los efectos de la inflación sobre los insumos y equipos necesarios para ofrecer los servicios.

4.5.6. Análisis de Estado de Resultados

CNT AGENCIA LA MANA						
ANALISIS DE ESTADO DE RESULTADOS						
Al 31 de Diciembre del 2013						
	AÑO 2013	AÑO 2014	VARIACION	ANALISIS VERTICAL 2013	ANALISIS VERTICAL 2014	ANALISIS HORIZONTAL 2013-2014
INGRESOS	95650	91930				
Ingresos de servicio de larga distancia	18500	2980	-15520	19%	3,24%	-83,89%
Ingresos servicios locales y nacionales	8210	9210	1000	9%	10,02%	12,18%
Internet fijo móvil	21590	22590	1000	23%	10,02%	4,63%
Transmisión de datos e internet corporativo	5320	4320	-1000	6%	4,70%	-18,80%
Ingresos por telefonía celular	10590	9590	-1000	11%	10,43%	-9,44%
Ventas de equipos operativos	13400	16400	3000	14%	17,84%	22,39%
Contac center	1760	1560	-200	2%	1,70%	-11,36%
Servicios de televisión	10680	9680	-1000	11%	10,53%	-9,36%
Total Ingresos operacionales	90050	76330				
Venta de activos	5600	15600	10000	6%	16,97%	178,57%
Total Ingresos no operacionales	5600	15600		6%		
EGRESOS	52739	27280				
Remuneraciones y beneficios	6230	4230	-2000	6,51%	4,60%	-32,10%

Publicidad	16000	15000	-1000	16,73%	16,32%	-6,25%
Seguros	22000	50	-21950	23,00%	0,05%	-99,77%
Total Gastos administrativos	44230	19280				
Servicios básicos	690	600	-90	0,72%	0,65%	-13,04%
Arriendos	5400	5400	0	5,65%	5,87%	0,00%
Suministros de oficina	109	90	-19	0,11%	0,10%	-17,43%
Suministros de limpieza	40	40	0	0,04%	0,04%	0,00%
Impuestos municipales	180	180	0	0,19%	0,20%	0,00%
Gastos varios	190	190	0	0,20%	0,21%	0,00%
Total gastos operacionales	6609	6500				
Servicios bancarios	1900	1500	-400		1,63%	-21,05%
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1900	1500				
COSTOS						
Costo de ventas	6720	7720	1000	7,03%	8,40%	14,88%
Utilidad del ejercicio antes de impuestos	36191	54845	18654		59,66%	51,54%
Impuesto al renta	9147,75	13711,25	4563,5	9,56%	14,91%	49,89%
Utilidad o pérdida del ejercicio	28143,25	41133,75	12990,5	29,42%	44,74%	46,16%

4.5.6.1. Análisis del Estado de resultados

Vertical año 2013

Del total de ingresos la cuenta ingresos de servicios de larga distancia representa un 3.24% siendo este ingreso el que menos participación posee en el total de ingresos.

La venta de equipos operativos e ingresos por concepto de telefonía celular forman una parte muy considerable dentro del total de ingresos de la empresa, de modo que se deduce que existió una preferencia por parte de los usuarios por estos servicios.

Los pagos realizados por conceptos de remuneraciones y beneficios a los empleados es del 6.51%, lo cual es un porcentaje bajo con referencia al total de los ingresos percibidos, se deduce de ello que existe un número reducido de empleados en esta Agencia de CNT.

Siendo que el porcentaje destinado a publicidad durante este periodo es de 16.63% del 100% de los ingresos.

Otro de los rubros de egresos considerables es el de arriendo al cual le corresponde el 5.65%.

Año 2014

Para el año 2014 los ingresos por servicios de llamadas locales y nacionales representa del total de ingresos percibidos un 3.24%, asimismo los ingresos por concepto de internet fijo móvil fijo constituyo un 10.02% del 100% que son los ingresos totales.

Se observa un crecimiento en la cuenta de ingresos por telefonía celular siendo que representa un 10,43% de los ingresos de la empresa, lo que deja entrever que los usuarios muestran preferencia por este servicio

4.6. Comprobación de hipótesis

Una vez analizado los resultados obtenidos de las encuestas a los usuarios, empleados y proveedores de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), la hipótesis planteada: El análisis de la situación actual del área financiera y administrativa permitirá realizar un diagnóstico adecuado sobre la calidad de servicio de la telefonía celular y televisión satelital de la (CNT), La Maná, se afirma que ese supuesto es afirmativo eso lo demuestran los resultados de las encuestas de los usuarios que se encuentran insatisfechos con la calidad de servicio de la telefonía y televisión satelital (CNT).

Así mismo se ratifica la hipótesis “una eficiente gestión administrativa y financiera influirá de manera significativa en la calidad de servicio de la telefonía celular y televisión satelital que brinda a la ciudadanía lamanense” puesto que la ausencia de un manual de funciones crea dificultades para una un eficiente desarrollo laboral dentro de esta institución pública; influyendo de forma directa en la calidad de servicio.

Por otra parte se puede afirmar que el planteamiento de un organigrama funcional con sus respectivas funciones permite mejorar la calidad de servicio; además el planteamiento de la visión y misión permite mejorar la gestión administrativa de esta institución.

4.7. PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO FINANCIERO PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT) AGENCIA LA MANÁ.

4.7.1. Antecedentes

Es importante hacer mención de los siguientes aspectos en vista de que existen factores importantes implícitos en la historia de esta entidad de telecomunicaciones.

Por tanto se inicia con la descripción de las telecomunicaciones muchos años atrás, para desentrañar los inicios de las telecomunicaciones y uno de aquellos hechos es la primera transmisión de un mensaje a través de líneas telegráficas.

Pese a este hecho en nuestro país las telecomunicaciones sentaron sus precedentes más o menos por los meses medios del año 1884.

En la década de 1900 a 1950 se dieron importantes hechos que desarrollaron no a grandes pasos, pero si fueron notables.

Empresas como la ETQ, Empresa de Teléfonos de Quito (1949), la ETG, Empresa de Teléfonos Guayaquil (1950), lograron incrementos en sus alcances, asimismo su tecnología.

En la década de los sesenta, se crea la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, ENTEL., unos años más tarde se crean también EMETEL.

Después de la creación de las ya mencionadas empresas, no fue ninguna sorpresa el surgimiento de ANDINATEL S. A. Y PACIFICTEL S.A., cuyo origen fue impulsado principalmente por una consultora extranjera, la misma que realizo con antelación un análisis minucioso de la situación del mercado y las posibilidades de expansión de estas dos empresas de telecomunicaciones.

Impulsados como antes ya se menciona por una consultora internacional se inscribió en el Registro Mercantil el nombre de las nuevas empresas de ANDINATEL S. A. Y PACIFICTEL S.A.

Estas empresas tenían como finalidad primordial fomentar el acceso a la información y comunicación para fortalecer el ejercicio de la ciudadanía y garantizar a la sociedad ecuatoriana que los servicios de telecomunicaciones sean eficientes y competitivos.

Sobre todo que estuvieran enfocados en alcanzar el bien común, es así que iniciaron sus operaciones económicas estas dos empresas.

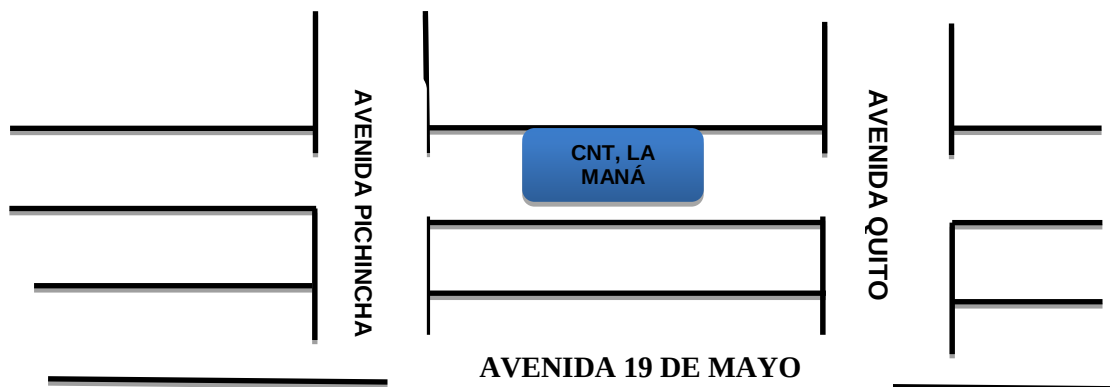
4.7.1. 1. Reseña histórica

Con fecha 1 de octubre del 2008, mediante Asamblea General Extraordinaria, los Presidentes Ejecutivos de las Compañías ANDINATEL S.A. y PACIFICTEL S.A. resolvieron aprobar la fusión de las indicadas sociedades al amparo de lo dispuesto en el Mandato número Quince (15), expedido por la Asamblea Nacional Constituyente y publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 393, obteniendo como resultado la creación de la CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT, siendo su único accionista y administrador el Estado Ecuatoriano, a través del Fondo de Solidaridad.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT S.A. se constituyó como sociedad anónima, mediante escritura pública de fusión de las extintas Andinatel S. A. y Pacifictel S. A., suscrita el 30 de octubre de 2008, con el objetivo de unificar los servicios y ampliar la cobertura en telefonía fija e internet banda ancha en todo el Ecuador.

4.7.2. Ubicación

Gráfico 16. UBICACIÓN DE LA (CNT), LA MANÁ



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Maryuri Carrera.

4.7.3. Tasas y Valores de los Servicios.

La Corporación nacional de Telecomunicaciones CNT EP mantiene las siguientes tasas y valores como Pensión Básica.

Pensión Básica de la Línea telefónica Residencial	\$ 6.20 + IVA
Pensión Básica de la Línea telefónica Comercial	\$ 12.00+ IVA
Servicio de Internet desde	\$ 18.00 +IVA
CNT TV desde SD	\$ 15.00 +IVA
CNT TV HD desde	\$ 30.00 +IVA
Activación/desactivación servicios adicionales	\$ 1.44 +IVA
Servicio Clip (identificador de llamadas)	\$ 0.72 +IVA

4.7.4. Entrada al mercado de telefonía móvil

Alegro PCS (Telecsa) fue una compañía del Ecuador la misma que laboraba con una sede en Quito, dicha compañía operaba con servicios de telefonía

móvil e internet, creada por Andinatel y Pacifictel para ofertar el servicio de telefonía móvil en el territorio ecuatoriano.

El día 3 de abril dl año 2003, adoptó la concesión de parte del Estado ecuatoriano, entrando a iniciar sus operaciones bajo la marca Alegro PCS en diciembre del mismo año.

Se anunció en el año 2010 en el mes de marzo que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CNT EP absorberá a la compañía Alegro PCS para salvar a la empresa de la quiebra por las pérdidas acumuladas, pasando a ser propiedad del estado ecuatoriano.

Posteriormente, el 30 de julio del año 2010 se oficializó la fusión de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CNT EP con la empresa de Telefonía móvil Alegro.

4.7.5. Inicio de operaciones en televisión satelital

En octubre del 2010 CNT EP suscribió con el Superintendente de Telecomunicaciones subrogante, Claudio Rosas, la concesión de la banda, para la operación del sistema de audio y video por suscripción, bajo la modalidad de televisión codificada por satélite.

César Regalado, gerente de la CNT EP, el 22 de noviembre de 2011 realizó el lanzamiento del servicio de televisión satelital pagada de la empresa pública el cual toma como acrónimo CNT TV.

CNT TV entró al mercado de televisión por suscripción ofertando un paquete básicojunto a paquetes complementarios más un costo adicional, logrando competir con los servicios que operan en el país, como TV Cable, Claro TV, Direc TV entre otras.

4.7.6. Implementación de una herramienta de gestión administración y financiera

La implementación de un sistema que contenga procedimientos administrativos y financiero-contables adaptados a la realidad de CNT, La Maná, es de suma importancia en base a que está relacionada, de forma estrecha con la toma de decisiones de trascendencia sobre la dimensión y estructura de los activos de la empresa.

La principal finalidad de esta herramienta estará centrada en dos puntos angulares que son:

- La maximización de los ingresos que percibe la empresa.
- Esta maximización de logrará mediante un manejo responsable y eficiente de los recursos disponibles y el servicio al cliente representará un valor agregado para la entidad.

Beneficios

Mediante la implementación de este sistema la Corporación Nacional de Telecomunicaciones Agencia La Maná obtendrá entre otros los siguientes beneficios:

- Este sistema está enfocado en la optimización de los recursos, que se emplearán para brindar el servicio de telefonía, TV satelital e internet de banda ancha, incrementando así los niveles de rentabilidad de CNT Agencia La Maná.
- Proveerá de una estructura para la adecuada realización de los procesos existentes, para brindar los servicios que ofrece CNT Agencia La Maná.

- Facilitará la detección de errores cometidos dentro de los procesos de atención al cliente, con lo cual se podrán establecer medidas preventivas y de corrección frente a este tipo de problemas.
- Mejorará el nivel de calidad de los servicios de telefonía, TV satelital e internet de banda ancha, dando como resultado mayor grado de satisfacción de los usuarios.
- Se aprovechara en mayor proporción las oportunidades que ofrece el mercado: como son los convenios con organismos nacionales o internacionales, empresas públicas o del sector privado.
- Facilitará a los directivos la toma de decisiones acertadas mediante un manejo eficaz y eficiente de la información financiera y contable.

4.7.6.1. Misión y Visión Propuesta

Misión Propuesta

“Unir a la ciudadanía lamanense, integrando nuestro país al mundo entero, por medio de la provisión de soluciones de telecomunicaciones de forma innovadora, con talento humano comprometido, capacitado, y calidad en cada uno de los servicios ofrecidos”

Visión Propuesta

“Llegar a posicionarnos como la empresa líder de telecomunicaciones a nivel regional, caracterizado por la excelencia en su gestión administrativa y financiera, ofreciendo un valor agregado a sus usuarios en la telefonía móvil y televisión satelital”

4.7.7. Valores Empresariales

- Trabajo en equipo.
- Integridad.
- Compromiso con el servicio.
- Cumplimiento de los objetivos empresariales.
- Responsabilidad social.

4.7.8. Objetivos

- Brindar servicios de telecomunicaciones de calidad a la ciudadanía del cantón La Maná.
- Colaborar en el desarrollo de la calidad de vida de la ciudadanía del cantón La Maná, sobre todo a los sectores más vulnerables.
- Mediante la provisión de los servicios de telefonía, TV satelital e internet de banda ancha, se pretende lograr la satisfacción de los usuarios.
- Mantener relaciones positivas y beneficiosas con otras empresas estatales y privadas con el fin primordial de mejorar los servicios que se ofertan.
- Llevar a cabo la implementación de políticas institucionales, regidas por principios integrales y de igualdad social.
- Fomentar el desarrollo del buen vivir, en el Cantón La Maná por medio de los servicios de telecomunicaciones.

4.7.9. Políticas

Las empresas para su adecuado funcionamiento y sobre todo para mantener una imagen de credibilidad frente a empleados, proveedores, usuarios y

ciudadanía en general debe tener directrices que faciliten el accionar en caso de que exista cualquier tipo de conflicto suscitado dentro de la empresa. Estos lineamientos nos permiten ser responsables y justos a la hora de tomar decisiones con respecto a la aplicación de sanciones.

4.7.9.1. Políticas Administrativas

Planificación y dirección de reuniones integrales con el recurso humano de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) Agencia La Maná.

La continuidad de estas reuniones debe ser de una cada mes, con la finalidad primordial de exponer las necesidades, sugerencias e inquietudes de diversa índole en función de cada uno de los empleados en el ejercicio de sus funciones laborales.

Determinar con precisión y claridad las funciones y responsabilidades que competen a cada plaza de trabajo.

Dotar de material físico en el que consten las funciones y responsabilidades a cada uno de empleados de CNT Agencia La Maná.

4.7.9.2. Procedimientos Administrativos

Dentro de los procedimientos administrativos de CNT Agencia La Maná tenemos los siguientes:

- **Compras**

Existe una persona responsable de realizar el proceso de compras de diversa naturaleza, la cual realiza una orden de mercadería y la avala por mediodo una copia.

Es de su responsabilidad también establecer la continuidad con la cual se realizan los abastecimientos de la empresa.

La llegada y aceptación del pedido debe ser verificada de acuerdo a la orden de pedido una vez que haya concluido el tiempo de envío por parte de los proveedores.

La devolución de productos se llevara a efecto si los productos no concuerden con la orden de pedido, o estén en malas condiciones, consecuentemente se devolverá los productos en el acto, y se procederá a pedir la correspondiente guía de remisión.

La factura que sustenta la compra, pasa a Contabilidad para la verificación y la elaboración del respectivo comprobante de retención de la compra de los productos.

Es relevante saber que las compras tienen generalmente un valor máximo, el mismo que al ser superado hay que regirse a la normativa y procesos establecidos en el Sistema de Contratación Pública.

- **Pago a Proveedores**

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones Agencia La Maná, por lo general maneja el pago de sus compras a contado y a crédito, siendo que el plazo que se extiende en la modalidad de crédito figura los 30 días posteriores a la entrega del bien o servicio.

- **Pago De Nómina**

Con la finalidad de contabilizar el tiempo trabajado por cada uno de los empleados se emplea un registro de asistencia sistematizado, el que consiste en tener pruebas fehacientes del horario de labores, es decir la hora de entrada y de salida del personal.

- **Brindar Servicios de Calidad**

Este es uno de los aspectos fundamentales para la consecución de los objetivos de toda empresa, y CNT Agencia La Maná no puede ser la excepción, quedándose al margen de la nueva tendencias para el mejoramiento de los servicios.

Y para ello tener en cuenta la total satisfacción de los usuarios, es el factor clave, ya que en función de ello los directivos y demás niveles jerárquicos dentro de la empresa van a formular estrategias para lograr los objetivos propuestos.

- **Estrategias**

Establecer una relación profesional con el usuario. En todo momento y a pesar de situaciones difíciles o inusuales quienes conforman el Patronato, deben mostrar un comportamiento profesional, es decir, brindar un trato cortés y eficiente.

Un servicio de calidad debe proporcionarse a los clientes en cualquier oportunidad que se presente, puesto que si llega a ocasionarse una experiencia desagradable con una persona de CNT Agencia La Mana es muy poco probable que el usuario regrese.

Identificar y priorizar las necesidades, para esto se necesita que los miembros del Patronato cuenten con buenas habilidades de comunicación, capacidad de escuchar con atención, tino de preguntar minuciosa y apropiadamente sin caer en la imprudencia para conocer las necesidades del usuario.

El personal que proporciona información sobre los servicios que presta CNT Agencia La Mana, debe estar bien informado, puesto que se debe ofertar lo estrictamente real, mas no engañar a los usuarios , por ejemplo asesorar a los mismos respecto a costos de los servicios, modalidad para acceder a los servicios, horarios de atención, entre otros.

Tomando en cuenta que CNT Agencia La Mana es una institución con fines sociales, debe fijar los costos de los servicios con alcance a las clases más desposeídas de la Provincia.

e) Los servicios que ofrece el Patronato deben proporcionarse oportunamente, sin largas horas de espera, primordialmente en lo relacionado con los servicios de salud.

f) Una vez que el cliente ha decidido adquirir nuestros servicios, quien le atendió debe asegurarse de que el usuario haya quedado satisfecho.

4.7.10. Atención Al Cliente

Las instituciones del sector público en general han creado una imagen negativa ante la ciudadanía se podría decir que a nivel nacional, por la atención descortés que brindan la mayoría de los empleados públicos.

Y quienes son los encargados de cambiar y mejorar esta imagen son los mismos servidores públicos, para esto se pone a consideración algunos puntos que ayudan a conocer la importancia del cliente en todo tipo de organización:

- Un cliente o usuario es la persona más importante para toda clase de organización, pues es quien le da vida.
- Un cliente no depende de nosotros, sino por el contrario nosotros dependemos de él.
- Un cliente no es una molestia en nuestro trabajo, más bien es el objetivo central.
- Un cliente nos hace un favor al elegirnos, no le estamos haciendo un favor al atenderlo.

- Sin clientes no existe empresa o institución

4.7.11. Satisfacción Del Cliente

Cuando el éxito de una empresa u organización depende en gran escala de la satisfacción de sus clientes, resulta de gran ayuda tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Medir la satisfacción del cliente**

Al medir el grado de satisfacción de un cliente, es importante analizar tanto el índice de satisfacción como el índice de insatisfacción con respecto al servicio prestado, sin omitir la observación de que los índices de satisfacción son subjetivos y relacionales, es decir, que cambian en función del tiempo y las circunstancias de la realidad presente.

Básicamente estos índices evalúan las fortalezas y las debilidades del servicio, por tanto, se debe tener mucho cuidado al realizar la interpretación de los resultados obtenidos de la investigación. Para esto se debe tener claro lo que es expectativa y lo que es deseo.

Expectativa: Es la confianza de que un cierto producto o servicio brinde determinado grado de satisfacción.

Deseo: es la aspiración de satisfacción con el desempeño de un producto o servicio que puede ser explícita o estar oculta. b) Evaluar el nivel de satisfacción del cliente.

La base del proceso de evaluación de satisfacción de un cliente, consiste en que los esfuerzos deben estar dirigidos a identificar las necesidades y los deseos de los clientes.

Esto es posible conseguirlo a través de la aplicación de una encuesta o a su vez una entrevista personal, cuyo resultado permita identificar y determinar los

principales aspectos en los cuales los clientes se guían para expresar su satisfacción y también la insatisfacción.

4.7.12. Principales aspectos que determinan la satisfacción del cliente

- Costos bajos esperados
- Calidad alta en el producto y/o servicio
- Más beneficios de los esperados
- Trato cordial

La calidad de los servicios que ofrece una empresa u organización es uno de los principales factores que determinan el éxito, entonces para alcanzar un nivel de calidad que satisfaga a los consumidores es necesario centrar la atención en sus necesidades y deseos, además como valor agregado excede la expectativa más exigente.

Otro punto clave para lograr satisfacer al cliente es escuchar su opinión, quejas y sugerencias para mejorar los servicios, puesto que constituye información importante que contribuye a la generación de respuestas rápidas para atender los requerimientos del mercado.

4.7.13. Propuesta Contable

CNT Agencia La Mana en todos sus años de funcionamiento jamás ha contado con un documento que guíe el correcto registro y proceso de las actividades diarias, tanto en materia administrativa como financiera, a raíz de que en los últimos años el Patronato ha incrementado sus actividades y necesariamente el sistema contable con todos sus procesos, debe adaptarse a los cambios que trae consigo la ampliación de servicios.

Y adicionalmente la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera NIF en la actualidad tiene carácter obligatorio, en consecuencia es fundamental conocer los aspectos teóricos y prácticos que contienen estas normas, mismos que están dirigidos a la obtención de información contable

confiable y veraz para la acertada toma de decisiones y rendición de cuentas a las autoridades internas y externas.

Por tales razones la institución reconoce la necesidad de contar con un sistema administrativo financiero que abarque las normas y lineamientos básicos, que oriente el trabajo adecuado de los profesionales que están a cargo de estas áreas. Esta propuesta pretende servir a sus usuarios como una herramienta que facilita el entendimiento de los diferentes procesos contables, con el objetivo de mejorar los procesos actuales e integrar aquellos que sean necesarios, sin caer en algo inflexible, constituye un referente de apoyo a las labores diarias puesto que no existe la obligatoriedad para su ejecución.

Colabora a la comunicación y coordinación de todas las actividades que se realicen dentro de la institución, con la gran finalidad de preparar y entregar información financiera real y oportuna a los requerimientos del nivel directivo y organismos de control externos, como resultado de un sistema administrativo financiero exitoso.

4.7.14. Principios De Contabilidad Generalmente Aceptados PCGA

Los principios de contabilidad generalmente aceptados constituyen un pilar fundamental dentro del proceso contable, puesto que guían el accionar del profesional en contabilidad.

Equidad

La información contable que se genere de las actividades desarrolladas, deberá basarse en el principio de equidad, es decir, todo hecho económico deberá tener el mismo tratamiento en todas las áreas CNT Agencia La Mana, para no alterar la confiabilidad de los resultados.

Medición de Recursos

El patronato registrará en la contabilidad todas sus pertenencias (activos), todas las obligaciones que requiera como institución (pasivos), el capital, los ingresos y egresos en valores económicos.

Periodo de Tiempo

Según las necesidades de información financiera por parte de los directivos del CNT Agencia La Mana, se deberá elaborar y presentar informes que reflejen la situación financiera en forma mensual, trimestral, semestral o anual, según se considere necesario puesto que son base para la toma de decisiones.

Esencia sobre la Forma

Este principio tiene la finalidad de que las transacciones se registren y muestren la realidad económica de CNT Agencia La Mana, en razón de que las decisiones se tomarán en base al significado de las cifras de los estados financieros más no en la mera estructura de los mismos.

Continuidad del Ente Contable

CNT Agencia La Mana no fue creado por un período definido, al contrario con la ayuda de un sistema administrativo y financiero eficiente pretende consolidarse como una entidad que brinda servicios sociales y asistenciales de alta calidad.

Clasificación y Contabilización

La documentación que sustenta las actividades de CNT Agencia La Mana debe estar clasificada y archivada en orden cronológico de acuerdo a requerimientos específicos y será contabilizada en forma ordenada, para acceder con facilidad a la verificación de la información presentada.

Significatividad

Los directivos de CNT Agencia La Mana necesitan estados financieros con información significativa que les permita tomar decisiones acertadas, de igual

forma el administrador se vale de esta información para realizar el análisis financiero que apoya a la evaluación de las operaciones institucionales.

Inventario Físico De Mercaderías

El inventario de Mercaderías representa la existencia de bienes que tiene la empresa para comerciar con ellos, o para brindar el servicio que es la actividad económica de la empresa.

Su registro en los balances contables se lo realiza en el grupo de Activo Circulante.

En función de que estos activos son la actividad económica principal o sirven para la prestación de servicios se debe dar la importancia que requiere el inventario de mercaderías.

Llevar de la forma más efectiva y eficiente los inventarios de la empresa es una de las partes fundamentales para el mejoramiento de los procesos y por ende del servicio que se brinda a la ciudadanía del Cantón.

En CNT Agencia La Maná se maneja un inventario de equipos de telefonía celular, equipos de instalación de telefonía fija, implementos necesarios para la conexión del servicio de internet banda ancha y señal de TV satelital.

Actualmente existe una bodega en la cual se almacenan todos los equipos antes mencionados, lo cual en ciertas ocasiones contabilidad del Patronato se registrará todas sus adquisiciones al costo histórico, mas no al valor actual en el mercado.

4.7.15. Planes de acción



Cuadro 19. PLAN DE ACCION 1.

DIRIGIDO A: Al personal que labora en la (CNT) La Maná

OBJETIVO: Mejorar el desempeño del Talento Humano en lo referente a la atención de la telefonía celular y televisión satelital.

ACTIVIDADES	FECHA	RESPONSABLES	RECURSOS	PRESUPUESTO	INDICADOR
Concientizar al personal de la (CNT) para incentivar a mejorar la gestión administrativa y financiera	22-mayo - 2015	Jefa Regional La Maná	Proyector Tiza liquida	50,00	Concientizar al personal
TOTAL:\$				50,00	



Cuadro 21. PLAN DE ACCIÓN 2.

DIRIGIDO A: Personal que trabaja en la (CNT) La Maná

OBJETIVO: Mejorar la distribución de los recursos financieros de la empresa.

ACTIVIDADES	FECHA	RESPONSABLES	RECURSOS	PRESUPUESTO	INDICADOR
Realizar un control periódico y minucioso de las partidas presupuestarias designadas.	Esta acción se recomienda realizar en una reunión mensual conjunta con las personas que laboran.	Personal que labora en la (CNT)	Conocimiento	-	Mejorar gestión presupuestaria.
TOTAL:\$					



Cuadro 22. Plan de Acción 3.

DIRIGIDO A: Personal que trabaja en la (CNT)

OBJETIVO: Motivación al personal de la (CNT)

ACTIVIDADES	FECHA	RESPONSABLES	RECURSOS	PRESUPUESTO	INDICADOR
Incentivar la cultura de las reuniones semanales para compartir logros obtenidos.(1hora) Exhibir carteleras con frases de superación que mejoren el ambiente laboral.	Semanal	Jefe Regional La Maná	Conocimientos	-	Motivación personal
TOTAL:\$				-	

4.8. Discusión

El proyecto actual denominado Gestión Administrativa y Financiera y su Incidencia en La Calidad del Servicio de la Telefonía y Televisión Satelital de la Corporación Nacional De Telecomunicaciones (CNT), Cantón La Mana, Año 2013-2014; parte con la identificación del problema sobre la necesidad de la calidad de servicio destacando este aspecto importante como lo menciona **Cuatrecasas Lluís,(2012)**,“El proceso de brindar un servicio es un acto o desempeño que brinda una parte a otra.

La mejora en las gestión administrativa permitirá mejorar la calidad del servicio de latelefonía móvil y la televisión satelital, por siempre es posible mejora la calidad de servicio como nos dice: **Sánchez, Flores, Martin, (2011)**, Las empresas de servicios pueden mejorar su calidad basándose en las siguientes consideraciones:

Se deben identificar las falencias de calidad por medio de la DPPS, si los procesos se hallan bien detalladas, se determina si el tiempo empleado en la espera para la prestación de los servicios se han calculado de forma adecuada, si el diagrama permite la determinación de quienes son responsables de la calidad en cada una de las etapas.

Por que como institución dedicada al servicio es fundamental buscar la satisfacción de los usuarios mediante la implementación de estrategias adecuadas como resalta: **Grande Idelfonso, (2010)**,Uno de los aspectos que deben ser medidos las empresas es la satisfacción de los clientes o consumidores de sus productos o servicios, una empresa bien posicionada en el mercado se caracteriza por un nivel elevado en la calidad de los servicios que brinda a los clientes.

Para toda empresa es fundamental planificar para mejorar en todos los aspectos inmersos al funcionamiento de ella como lo destaca:**Alberich, Sotomayor, (2014)** La acción de planificar es una tarea multidisciplinar e integral, esto debido a que engloba prever, organizar, preparar y ordenar acciones encaminadas a lograr un fin en específico.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El análisis horizontal del año 2013-2014 demostró que la liquidez de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) decreció en un 26,15% en referencia al años anterior en tanto que la cuenta bancos tuvo un incremento del 17,86%; mientras que la situación actual del área financiera y administrativa demostró que existen falencias en cuanto al personal y calidad de servicio en lo referente al área de telefonía y televisión satelital.
- La calidad de servicio de la telefonía celular y televisión satelital que brinda la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná es deficiente puesto que existe mucha inconformidad en el tiempo de espera para recibir la conexión de la televisión satelital.
- El diseño e implementación de un manual de funciones y planes de acción encaminados a concientizar al personal de la institución para incentivar y mejorar la gestión administrativa; así como un control periódico de las partidas presupuestarias, permiten lograr un manejo eficiente en el área financiera de la (CNT) La Maná.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda realizar un plan de marketing para difundir y promocionar los servicios de telefonía móvil y televisión satelital para captar mayor cantidad de usuarios e incrementar la liquidez de la corporación; también la contratación de más personal para el área de reparaciones técnicas puesto que existe mucha inconformidad al respecto.
- Realizar encuestas periódicas para conocer el grado de satisfacción del usuario e implementar los correctivos necesarios para mejorar la gestión administrativa y financiera de la empresa.
- Se recomienda implementar los planes de acción propuesto para mejorar la gestión administrativa y financiera de esta forma contribuyendo a mejorar la calidad de servicio de telefonía y televisión satelital (CNT) La Maná y optimizando los recursos existentes.

CAPITULO VI.

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

6.1.1 Literatura Citada

Ahmed Mohamed, Verdu Fernando, (2014), Gestión administrativa del proceso comercial, IC Editorial, Segunda Edición, Málaga, pág.23

Alfonso Olga, (2010), El contrato de servicio telefónico, Editorial Reus, Madrid, Pág. 9

Ayestaran Raquel, Rangel Celia, Sebastián Ana, (2012), Planificación estratégica y gestión de la publicidad, ESIC Editorial, Primera Edición, Madrid, pág. 36

Alberich Tomas, Sotomayor Eva, (2014), Planificación, gestión y evaluación: manual básico para la acción social, Madrid, Editorial DYKINSON.

Blas M. Pedro, (2013), Diccionario de administración y finanzas, Ediciones Liberty Drive, Estados Unidos, pág. 175

Carrasco Soledad, (2012), Atención al cliente en el proceso comercial, Ediciones Paraninfo, Segunda Edición, España, pág. 22

Cuesta Ubaldo, 2012, Planificación estratégica y creatividad, Editorial ESIC, Madrid, Primera edición, pág. 36

Cuenca Javier, (2010), Manual de dirección y gestión de recursos, Editorial RALI S.A, Primera edición, España, pág. 65

Escudero María Jose, (2011), Gestión comercial y servicio de atención al cliente, Editorial Paraninfo, Madrid, pag.218

González Pedro N., (2013), Las empresas cooperativas y el arte empresarial, editorial nuevo amanecer, Segunda Edición, pág. 212

Griffin Ricky W.,(2010), Administración, Editorial CengageLearnig, Décima edición, pág. 661

Kuhlmann Federico, Alonso Antonio, (2010), Información y telecomunicaciones, Editorial Fondo de Cultura, Primera Edición, México pág. 68

Matilla Kathy, (2010) Los modelos de planificacion estratégica en la teoría de las relaciones públicas, Editorial UOC, Primera edición, Barcelona, pág. 17

Montaño Francisco Javier, (2014), Gestión y control del presupuesto de tesorería, Editorial IC, Primera Edición, pág. 57

Montoro María, De Castro Gregorio, Diez Isabel,(2010), Economía de la empresa, Paraninfo ediciones, Primera Edición, España, pág. 76

Peña María, Díaz Eloísa Luz, (2013),Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios, Editorial ESIC, Madrid, pág. 37

Rodés Adolf, (2012),Empresa en el aula, Editorial Paraninfo, Segunda Edición, España, pág. 28

Sánchez Héctor, Flores Jorge, Martin Miguel, (2011), Métodos e indicadores para medir los servicios, Primera edición, España, pág. 78

Sánchez Consuelo, Ramos Benito,(2013), La planificación estratégica como método de gestión pública: experiencias en la administración española, Primera edición, Editorial RALI, pág. 59

Vargas Elena, Aldana Luzangela, (2011), Calidad y servicio conceptos y herramientas, ECOE Ediciones, Segunda Edición, Colombia, pág. 156

Miño. Wilson. (2013). Historia del Cooperativismo en el Ecuador. Quito: Editogram S.A.

Ortiz Joan, (2013), Gestión financiera, Editorial Editex, Madrid, pág. 14

Pérez Juan F. (2013), Control de gestión, Editorial ESIC, Octava edición, Madrid, pág. 21

Prieto Herrera, Jorge Eliecer (2012) Gestión Estratégica Organizacional. Ecoe Ediciones. 4ta Ed. Colombia.

Sainz de Vicuña Ancín, José María (2012) El Plan Estratégico en la práctica. Esic Editorial. Madrid.

Zambrano, Adalberto (2011). Planificación estratégica presupuesto y control. Caracas : Editorial Texto S. A..

CAPITULO VII

ANEXOS



7.1. MANUAL DE FUNCIONES PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT), LA MANÁ



Maryuri Carrera Bastidas

2015

Objetivos

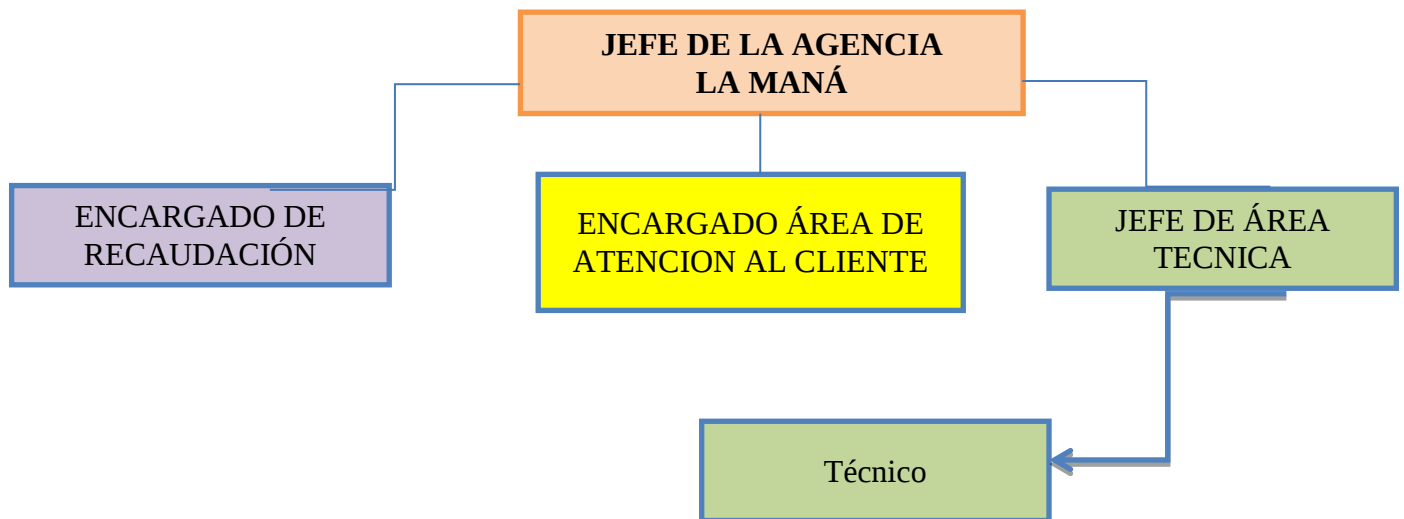
General

- Elaborar un manual de funciones que permita mejorar la gestión financiera y administrativa de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Específicos

- Realizar una descripción de funciones de cada una de las jerarquías existentes en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.
- Establecer un organigrama estructural de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.
- Medir los niveles de calidad en el servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, para establecer estrategias para elevar el nivel de satisfacción de los usuarios.

Gráfico 17. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CNT), LA MANÁ



Descripción de funciones

Cargo: Recaudador

Funciones

- Se encarga de la recaudación de pagos por los diferentes conceptos de servicios manejados en la empresa.
- Emitir los respectivos comprobantes que garanticen las correspondientes cancelaciones.
- Cuadrar las cantidades monetarias recaudadas diariamente con lo estipulado en el sistema.
- Realizar los respectivos cortes de servicio por falta de pago.

Cargo: Encargado de Área de atención al cliente

Funciones:

- Dar solución a las contingencias presentadas con los servicios que ofrece la empresa.
- Recibir la documentación pertinente de nuevos usuarios para adquirir los servicios.
- Actualizar la documentación de los usuarios con la frecuencia que haya sido previamente establecida.
- Se encarga de atender las inquietudes y sugerencias de los usuarios o posibles usuarios.

Cargo: Jefe de Área Técnica

Funciones

- Emite ordenes de instalaciones y reparaciones de servicio de telefonía y TV satelital según lo haya dispuesto el usuario.
- Está a cargo del funcionamiento de la parte técnica de los servicios de telefonía y TV satelital.
- Presentar informes semanales de actividades realizadas en su área.
- Llevar un adecuado control sobre el personal a su cargo.

- Recibe las órdenes de instalaciones y reparaciones y las asigna al técnico.
- Llevar un control sobre las tareas de reparación e instalación realizadas según sea el caso.

Cargo: Técnico

- Recibir el respecto.
- Las órdenes de reparación e instalación, vía email.
- Proceder a realizar las reparaciones e instalaciones indicadas en los documentos base.
- Emitir una hoja de aceptación de reparación y solicitar la firma del usuario.
- En el caso de realizar una instalación fotocopiar las órdenes, y entregarlas como constancia al cliente.
- Elaborar un informe diario de las actividades realizadas.
- Enviar mensualmente las matrices de datos de usuarios que han solicitado reparaciones.

Cargo: Asistente Técnico

Asistir al Técnico en las labores de reparación e instalación que realice.

Cargo: Guardia de seguridad

Funciones

- Velar por la seguridad de las instalaciones de la entidad, los usuarios y quienes laboran en ella.
- Hacer las respectivas rondas.
- No permitir la entrada a personas que no cumplan con los parámetros de ingreso a la institución.
- Abrir y cerrar las puertas de la entidad.

Formato encuesta realizada a los Usuarios de la (CNT) La Maná

Objetivo: Conocer el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a la telefonía celular y televisión satelital.

- 1. Considera usted que el tiempo de espera para responder a sus peticiones de telefonía y tv satelitala la “Corporación Nacional De Telecomunicaciones (CNT) es:**

Adecuado ()

Poco ágil ()

Demasiada demora ()

- 2. ¿Según su criterio cual es el grado de satisfacción general con los servicios de telefonía y tv satelital que ofrece la “Corporación Nacional De Telecomunicaciones (CNT) la Maná?**

Aceptable en su totalidad ()

Más o menos satisfactoria ()

Totalmente insatisfactorio ()

- 3. ¿Tiene usted conocimiento de la totalidad de servicios que brinda la Corporación Nacional De Telecomunicaciones (CNT), La Maná?**

Si ()

No ()

Más o menos ()

- 4. ¿Según sus consideraciones con qué frecuencia presenta quejas a la parte Administrativo – Financiera de la Corporación Nacional De Telecomunicaciones?**

Muy seguido ()

Rara vez ()

Nunca ()

- 5. Cree usted que los procesos llevados a cabo para dar solución a los requerimientos de los usuarios por el área Administrativo- Financiero de la empresas es:**

Ágiles ()

Algo extenso ()

Demasiado tediosos ()

- 6. ¿Qué percepción tiene usted sobre los equipos y mecanismos que se emplean en las instalaciones físicas del área Administrativo Financiera de la Corporación Nacional De Telecomunicaciones?**

Buen estado

Regular

Obsoleto



Formato encuesta realizada a los empleados de la (CNT) La Maná

- 1. ¿Cómo empleado de la institución está al tanto de cuál es la organización estructural de la (CNT), La Maná?**
Si ()
No ()
- 2. ¿Está usted satisfecho de la distribución y adecuación del lugar en el que trabaja?**
Si ()
No ()
- 3. Su relación laboral con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná es de :**
Contrato ()
Nombramiento ()
- 4. Considera usted que la comunicación entre compañeros de trabajo y diferentes departamentos es:**
Muy buena ()
Buena ()
Regular ()
- 5. ¿Existe un ambiente de trabajo motivador en sus actividades diarias?**
Si ()
No ()
- 6. ¿La empresa imparte capacitaciones continuas para realizar sus actividades?**
Si ()
No ()

7. ¿Según su criterio posee la empresa equipos tecnológicos e implementos necesarios para brindar los servicios de telefonía y tv satelital?

Si ()

No ()

8. ¿La corporación nacional de telecomunicaciones (CNT), La Maná ha diseñado un modelo administrativo financiero?

Si ()

No ()

9. ¿Usted considera indispensable la ejecución de un modelo administrativo financiero para mejorar la calidad de servicio en la telefonía celular y televisión satelital?

Si ()

No ()



Formato de la entrevista dirigida a la jefa regional de la Corporación Nacional De Telecomunicaciones (CNT), La Maná

- 1. ¿Bajo qué normativa legal desarrolla sus actividades la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná?**

.....
.....
.....
.....

- 2. ¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná posee un organigrama estructural con sus respectivas funciones definidas?**

.....
.....
.....

- 3. ¿La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), La Maná tienen visión y misión definidas?**

.....
.....
.....
.....

- 4. ¿Al momento de la toma de decisiones se basa en la información financiera?**

.....
.....

- 5. De acuerdo a su criterio considera que la Corporación Nacional de telecomunicaciones (CNT), La Maná ha cumplido como entidad los objetivos planteados.**

.....

.....

.....

.....

Gráfico 18. Instalaciones (CNT), La Maná



Gráfico 19. Jefe de Títulos habilitantes de la CNT, La Maná

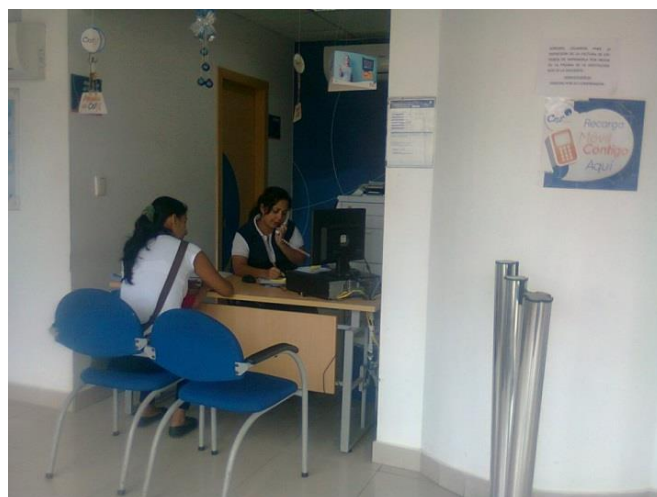


Gráfico 20. Realizando Entrevistas

