

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

VIDA NUEVA



**Plan de mejoramiento de las redes empresariales para
el crecimiento de la empresa Ciber Papelería “Punto de Encuentro”
apoyado en las nuevas tecnologías**

Presentado por:

Vega Rojas Luis Fabian

Tecnología Superior en Administración

Tutor:

Ing. Tipán Chiguano Cesar Augusto

Mayo 2022

Quito – Ecuador

Tecnología Superior en Administración**Certificación del Tutor**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular con el tema: “Plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería Punto de Encuentro apoyado en las nuevas tecnologías”, presentado por el ciudadano Vega Rojas Luis Fabian , para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración , certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de mayo de 2022.

Tutor: Ing. Tipán Chiguano Cesar Augusto

C.I.: 171456288-9

ISTVN

Tecnología Superior en Administración**Aprobación del Tribunal**

Los miembros del tribunal aprueban el Trabajo de Integración Curricular, con el tema: “Plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería Punto de Encuentro apoyado en las nuevas tecnologías”, presentado por el ciudadano Vega Rojas Luis Fabian Facultado en la Carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Vega Rojas Luis Fabian portador/a de la cédula de ciudadanía 050411969-4, facultado de la carrera Tecnología Superior en Administración, autor/a de esta obra, certifico y proveo al Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva, usar plenamente el contenido de este Trabajo de Integración Curricular con el tema “Plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería Punto de Encuentro apoyado en las nuevas tecnologías”, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi trabajo en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de mayo de 2022

Vega Rojas Luis Fabian

C.I.: 050411969-4

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, por ser el pilar más importante, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi abuelito, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre 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 mi novia, quien fue un pilar fundamental, que ha compartido momentos significativos conmigo, por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

A mis hermanos, ya que los amo infinitamente gracias por siempre estar a mi lado.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por bendecirme con vida, por guiarme a lo largo mi meta tan anhelada, ser mi apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias mis padres: José Vega; y, Zoila Rojas, por ser los principales promotores de mi gran sueño, por confiar y creer en mi expectativa, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradezco a mis docentes del Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, al Ing. César Tipán tutor de mi trabajo de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente.

Luis Fabián Vega Rojas

Índice de Contenido

Introducción	14
Antecedentes	17
Justificación	17
Objetivos	20
Objetivo general	20
Objetivos específicos	20
Capítulo I. – Marco teórico	21
Bases teóricas	21
Definición de redes empresariales	21
Mejora continua	22
Herramientas básicas de mejora de la calidad	23
Modelos asociativos	24
Definición de términos básicos	24
Capítulo II. – Metodología y desarrollo del proyecto	26
Diseño metodológico	26
Variables y definición operacional	27
Diseño muestral	30
Técnicas de recolección de datos	31
Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	31
Resultados	32
Resultados de la entrevista aplicada a la administradora de la empresa Ciber Papelería	33

Resultados de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (atención al cliente) de la empresa Cyber Papelería.	37
Resultados de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (vendedor) de la empresa Cyber Papelería.....	41
Análisis	43
Discusión de resultados	45
Capítulo III. – Propuesta.....	48
Nombre de la propuesta	48
Objetivos	48
Justificación	48
Descripción de la propuesta	49
FODA.....	51
Filosofía empresarial.....	54
Misión	54
Visión.....	54
Principios	55
Valores	55
Políticas.....	56
Organigrama	57
Objetivos	58
Estrategias/ plan de acción.....	58
<i>Estrategias de innovación tecnológica, teclados para personas no videntes.....</i>	<i>58</i>

Estrategias de afiliación empresarial (redes)	61
Resultados de la propuesta	66
Conclusiones	69
Recomendaciones	71
Referencias Bibliográficas.....	72
Anexos	74

Índice de Figuras

Figura No. 1 <i>Organigrama Ciber Papelería</i>	57
Figura No. 2 <i>Organigrama proyectado para la empresa Ciber Papelería</i>	57
Figura No. 3 <i>Teclado método braille</i>	60
Figura No. 4 <i>Estado de la empresa antes de la propuesta</i>	67
Figura No. 5 <i>Resultados después de la aplicación de la propuesta</i>	68
Figura No. 6 <i>Permiso de funcionamiento – LUAE</i>	74
Figura No. 7 <i>Patente de la empresa Ciber Papelería</i>	75
Figura No. 8 <i>Registro Único de Contribuyentes de la empresa Ciber Papelería</i>	76

Índice de Tablas

Tabla No. 1 <i>Variable independiente</i>	27
Tabla No. 2 <i>Variable dependiente</i>	29
Tabla No. 3 <i>Datos de los entrevistados de la empresa Ciber Papelería</i>	33
Tabla No. 4 <i>Sistematización de la entrevista aplicada a la administradora de la empresa Ciber Papelería</i>	33
Tabla No. 5 <i>Sistematización de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (atención al cliente) de la empresa Ciber Papelería</i>	37
Tabla No. 6 <i>Sistematización de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (vendedor) de la empresa Ciber Papelería</i>	41
Tabla No. 7 <i>Análisis FODA</i>	51
Tabla No. 8 <i>Matriz FODA cruzada</i>	52
Tabla No. 9 <i>Plan de acción desarrollo de nuevo productos acordes con las necesidades del cliente</i>	58
Tabla No. 10 <i>Plan de acción establecimiento de mejores relaciones comerciales y publicitarias destacando las bondades de los productos.</i>	61
Tabla No. 11 <i>Plan de acción invertir en recursos para aumentar la capacidad comercial.</i>	64

Resumen

El presente estudio se basó en el diseño de un plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería “Punto de Encuentro” como herramienta de apoyo para la incorporación de las nuevas tecnologías, para ello se llevó a cabo una investigación metodológica de tipo cualitativo con el fin de diagnosticar la situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores, por lo que se emplearon tres entrevistas al administrador y dos colaboradores de la empresa en los que se evidenció que, la empresa no propone acciones para mejorar la calidad y no planifica estrategia de ventas y crecimiento, sus políticas residen solo en un precio accesible para el cliente, pues sólo se enfocan en reunir características de acuerdo al precio y no a la calidad. Así mismo se establecieron acciones de mejoramiento de las redes empresariales, basadas en la incorporación de teclados para personas no videntes, quienes se sirven de los servicios de la empresa Ciber Papelería con el fin de ayudar a las personas no videntes, para que puedan hacer uso de las computadoras con una mayor eficiencia al momento de solicitar el servicio, y estrategias de afiliación empresarial (redes), en donde la empresa realizará una alianza con la empresa privada Ecuador Virtual IT, para la virtualización de infraestructura tecnológica, soporte y seguridad de la información de los procesos de la empresa Ciber Papelería. Posteriormente se formuló un plan de mejoramiento para las áreas administrativa, producción y mercadeo de la empresa Ciber Papelería para mantener una gestión de calidad.

Palabras Clave: Redes empresariales, innovación tecnológica, crecimiento empresarial, estrategias de mejora.

Abstract

The present study was based on the design of a plan to improve business networks for the growth of the company Ciber Papelería "Punto de Encuentro" as a support tool for the incorporation of new technologies, for which an investigation was carried out qualitative methodology in order to diagnose the current situation of the company Ciber Papelería, to determine the critical points in accordance with its environment and against its competitors, for which three interviews with the administrator and two employees of the company were used in those that were evidenced that; the company does not propose actions to improve quality and does not plan sales and growth strategies, its policies reside only in an accessible price for the client, since they only focus on gathering characteristics according to price and not quality. Likewise, actions were established to improve business networks, based on the incorporation of keyboards for blind people, who use the services of the company Ciber Papelería in order to help blind people, so that they can use of computers with greater efficiency when requesting the service; and business affiliation strategies (networks), where the company will make an alliance with the private company Ecuador Virtual IT, for the virtualization of technological infrastructure, support and information security of the processes of the company Ciber Papelería. Subsequently, an improvement plan was formulated for the administrative, production and marketing areas of the company Ciber Papelería, to maintain quality management.

Keywords: Business networks, technological innovation, business growth, improvement strategies.

Introducción

Las redes empresariales, constituyen escenarios donde se presentan fuertes relaciones de las empresas con sus competidores directos dentro de un mercado, así como las que establecen con sus proveedores y clientes, y con otros agentes (instituciones de apoyo gubernamentales y no gubernamentales). Por lo que puede contribuir a crear fuentes de ventaja competitiva para la empresa, en estos modelos de organización interempresarial e interinstitucional, la cooperación constituye tal vez la característica más importante; las redes ofrecen un modelo híbrido entre competencia y cooperación, algunas veces denominado competición, en función de buscar mayor flexibilidad y compartir costos y riesgos, entre otros. Las redes son una forma de organizar las relaciones entre empresas que, sin dejar de competir, incluyen a la cooperación como parte de su estrategia de negocios con el propósito de alcanzar un mejor desempeño en una determinada industria.

La gestión de los negocios se realiza de forma empírica, rudimentaria, sin procesos de planificación, y se ignora la importancia de un buen servicio de atención al cliente. El concepto de red es hoy una vía para explicar el funcionamiento de la sociedad, y es cada vez más popular en muchas disciplinas. De allí la importancia que se le confiere para comprender fenómenos sociales y económicos donde están inmersos distintos agentes interrelacionados y para explicar el comportamiento individual de estos. Ciber Papelería es una empresa que ha operado normalmente en el pasado, sin embargo, por el crecimiento de la demanda actualmente ha presentado una disminución en su crecimiento.

Uno de los principales problemas detectados es que existen gran cantidad de empresas con servicios muy similares a los provistos por Ciber Papelería, algunos de ellos con precios inferiores

y diversos niveles de calidad. Adicionalmente las necesidades de los clientes en este mercado van evolucionando rápidamente. Otro de los síntomas que se han detectado son: Altos tiempos de respuesta a los requerimientos de los clientes, dificultad de comunicación interna y externa. Poca relación con el mercado, su entorno, y competidores. No existe interés de involucrarse con los clientes (conocer sus necesidades y realidades)

El objetivo de este estudio es diseñar un plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería “punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías. Para esto se empleó un método cualitativo con un enfoque de tipo exploratorio y descriptivo. El exploratorio, tiene por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas (propuesta) para trabajos posteriores y puntualice cuál de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa.

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Este diseño cualitativo permitió la aplicación de una entrevista al administrador y dos colaboradores de la empresa para así diagnosticar el proceso y situación actual de la empresa Ciber Papelería, y determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores, lo que llevó a establecer acciones de mejoramiento de las redes empresariales y medir el impacto en cuanto a su crecimiento económico a partir de la implementación de estrategias apoyadas en las nuevas tecnologías aplicando la cadena de valor. Para así formular el

plan de mejoramiento para las áreas administrativa, producción y mercadeo de la empresa Ciber Papelería. En este sentido este estudio se estructuró por cinco capítulos:

El capítulo I el cual contiene el planteamiento y justificación, así como los objetivos de estudio.

El capítulo II el cual detalla el marco teórico y las bases teóricas de la mejora continua, herramientas, causa- efecto (Ciclo de Deming).

El capítulo III conformado por el marco metodológico, diseño, muestreo, técnicas de recolección, formato de entrevista y procesamiento de datos.

Posteriormente el capítulo IV. Que detalla la solución al planteamiento (propuesta) y finalmente el capítulo V que responde a las conclusiones en función de los objetivos de estudio y recomendaciones a las que hubo lugar.

Antecedentes

Ciber Papelería se funda en el mes de agosto del 2020 bajo la figura jurídica sociedad anónima, es una empresa que ha operado normalmente en el pasado, sin embargo, por el crecimiento de la demanda actualmente ha presentado una disminución en su crecimiento. Uno de los principales problemas detectados en ella, es que existen gran cantidad de empresas con servicios muy similares a los provistos por Ciber Papelería, algunos de ellos con precios inferiores y diversos niveles de calidad. Adicionalmente las necesidades de los clientes en este mercado van evolucionando rápidamente.

Otro de los síntomas que se han detectado son: altos tiempos de respuesta a los requerimientos de los clientes, dificultad de comunicación interna y externa, poca relación con el mercado, su entorno, y competidores. No existe interés de involucrarse con los clientes (conocer sus necesidades y realidades). Siendo estos los antecedentes que han permitido diagnosticar el proceso y situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores.

Justificación

Para la empresa Ciber Papelería, es importante estructurar un plan de mejoramiento que le permita crecer ordenadamente a través del control eficiente de sus operaciones administrativas, productivas y de mercadeo, con el fin de que, en un plazo de cinco años, pueda convertirse en una empresa con presencia en diferentes lugares de la ciudad a partir de una diversificación de productos y servicios a través de nuevas estrategias empresariales. En un mercado tan competitivo como el de las telecomunicaciones, donde las necesidades de los clientes evolucionan y los

desarrollos tecnológicos avanzan constantemente es necesario contar con un canal de comunicación efectivo y eficiente con el cliente, que a más de brindar atención oportuna a sus requerimientos, proporcione información a la empresa para determinar la evolución de sus necesidades y poder generar servicios y estrategias que las satisfagan (Juran, 2007).

Al aplicar técnicas y estrategias de mejoramiento empresarial, como herramienta para la optimización del proceso de la empresa Ciber Papelería, se logra virtualmente duplicar la empresa, donde se tiene libertad para reubicar recursos y reorganizar actividades o modificar procedimientos, sin las limitaciones de costo, tiempo y dificultad de implementación que se tendrían al realizar pruebas en condiciones reales.

En conformidad de estos criterios, argumenta Juran (2007) que la comunicación de las empresas a través de Internet y datos se ha convertido en uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de los procesos internos y externos de las empresas. Es así que la calidad del servicio en los ISP es valorada principalmente por los índices de optime o disponibilidad de los servicios ofertados (p. 7).

La red es un sistema abierto en el cual el intercambio entre sus integrantes y con agentes de otros grupos sociales permite la potencialización de los recursos. La estructura sistémica de las redes comprende tres elementos básicos: nodos, que son los componentes (individuos, organizaciones, entre otros.) entre los cuales se dan vínculos según el interés de los miembros; un nodo es una unidad que puede contener y pasar información, y como tal una conexión entre dos nodos significa que hay algún paso de información entre estos (Guasch Petit, 2002). Las relaciones o intercambios (información, conocimiento, tecnología, bienes y servicios, entre otros.) que definen y rigen, en esencia, el comportamiento de la red; en otras palabras, un conjunto de nodos

interrelacionados es una red informacional (Juran, 2007). Y la comunicación, que puede estar determinada por los roles sociales (formales o informales) que desempeñan los nodos dentro de la red.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería “punto de encuentro” como herramienta de apoyo para la incorporación de las nuevas tecnologías.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores.
- Establecer acciones de mejoramiento de las redes empresariales y medir el impacto en cuanto a su crecimiento económico a partir de la implementación de estrategias apoyadas en las nuevas tecnologías aplicando la cadena de valor.
- Formular el plan de mejoramiento para las áreas administrativa, producción y mercadeo de la empresa Ciber Papelería.

Capítulo I

Marco teórico

Bases teóricas

Definición de redes empresariales

Robles (2017) establece que el concepto de red es una vía para explicar el funcionamiento de la sociedad, la importancia que se le confiere para comprender fenómenos sociales y económicos donde están inmersos distintos agentes interrelacionados y para explicar el comportamiento individual de estos (p. 12).

La red empresarial constituye grupo de empresas que colaboran en un proyecto de desarrollo conjunto, complementándose unas con otras y especializándose con el propósito de resolver problemas comunes, lograr eficiencia colectiva y conquistar mercados a los que no pueden acceder de manera individual. Las redes son caracterizadas por la interdependencia, ya que se mantiene la autonomía individual, pero se trabaja en el marco de compromisos con otros empresarios u organismos públicos y privados, que representan actualmente una alianza estratégica. Así mismo en el contexto actual de globalización de los mercados, las empresas se ven obligadas a implementar estrategias que les permitan mantenerse en un ambiente totalmente competitivo y en este sentido las redes empresariales representan una alternativa viable ante las dificultades que las unidades económicas tienen para afrontar sus retos de forma individual.

Los modelos de organización empresarial anteriormente, se evidencia que tales, promueven la interacción de las empresas entre sí, con sus competidores directos, con sus proveedores y clientes, de modo que se facilite el establecimiento de ventajas competitivas, y con ello ayude a

las organizaciones a acceder a nuevos mercados que no hubieran podido conquistar de forma individual.

Mejora continua

Según Sánchez (2019) la mejora continua es parte fundamental para el logro empresarial en esta época de constante cambio, se concentra en buscar permanentemente la mejora de los procesos empleando una estricta disciplina en calidad, productividad, satisfacción del cliente, tiempos del ciclo y costos (p. 44).

El autor establece en sus líneas que, mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso. La mejora continua, claramente permite la optimización de procesos, esta conduce al camino de la calidad, que como lo menciona Juran (2007), es “la ausencia de deficiencias, deficiencias que podrían presentarse como tiempos de respuesta elevados, soluciones inadecuadas” (p. 11).

En síntesis, la calidad se consigue a través de: planeación de calidad, control de calidad, mejoramiento de calidad, por lo que la mejora constituye uno de los principios de la gestión de la calidad empresarial. También definida como una actividad recurrente destinada a aumentar la capacidad para cumplir los objetivos y expectativas de las organizaciones. Finalmente, la mejora continua alcanza todas las áreas de la empresa con el fin de promover la eficiencia de los recursos y los procesos de esta, el desarrollo y cambio, con posibilidades de mejorar.

Herramientas básicas de mejora de la calidad

De acuerdo con Godínez (2017) “las herramientas de la calidad son instrumentos utilizados en los procesos de mejora continua para facilitar la resolución de los problemas” (p. 167). Por lo que se considera que su aplicación por lo general no precisa complejos conocimientos teóricos ya que la metodología asociada a ellas es bastante simple. Estas herramientas pueden llegar hacer; gráficas, diagrama de causa y efecto, flujogramas entre otras.

Por tal razón, parte de las herramientas a implementar para los procesos de mejora de la empresa Ciber Papelería, estarán basado en el ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA), así como el diagrama causa- efecto de Ishikawa. También se le conoce como ciclo Plan, Do, Check y Act (PDCA) o ciclo Deming (aunque desarrollado por W. Shewhart, su mayor difusor fue W. E. Deming). Será utilizado para lograr la mejora continua de la calidad. Respecto a planificar: será el diseño de estrategias para atender al problema a resolver o la mejora a abordar, y partiendo de estas se planean los objetivos a alcanzar y los medios para conseguirlos, y determinar los indicadores de control.

Así mismo hacer: esta fase constituye la acción de la planificación para la verificación de la mejora. Verificar: esta etapa permite la comprobación de los resultados del plan concebido e implantado y compararlos con los objetivos de mejora establecidos. Finalmente Actuar: analizar y corregir las posibles desviaciones detectadas o, en su defecto, estandarizar y consolidar la nueva forma de hacer para que los resultados sean mejores.

Modelos asociativos

Los modelos asociativos según Lozano (2018) “La cooperación significa trabajar conjuntamente con personas que colaboran entre sí para lograr fines comunes. Nace del reconocimiento de que trabajando con otros se benefician todos” (p. 13). Quién hace referencia, que las empresas a medida que crecen, necesitan del mutuo intercambio de servicios y bienes entre ellas, por ello es necesario crear sistemas organizativos socio económicos que regulen estas relaciones sociales en diferentes niveles y sirvan de engranaje en la producción y distribución de bienes.

Por tanto, la reciprocidad es un elemento mediador por el cual las empresas unos con otros se unen para realizar actividades en conjunto o establecer redes de intercambio duraderas. En este sentido, los modelos asociativos constituyen mecanismos de cooperación entre empresas, en donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. La aplicación de modelos asociativos para la empresa Ciber Papelería, surtirá un efecto positivo y de crecimiento por el trabajo asociativo para la consecución de objetivos comunes.

Definición de términos básicos

- **Centralización descentralización:** Sugiere que el grado de centralización/descentralización depende en gran medida del negocio mismo como también del personal que lo compone. Equidad. Se refiere a la combinación entre benevolencia y justicia. Estabilidad del personal.

- **Centro operativo:** Que está compuesto por las personas que realizan los trabajos medulares o básicos de la organización.
- **Estructura organizacional:** Corresponde a los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado.
- **Formalización.** Se refiere al grado en el que los trabajos de una organización están estandarizados y en el que las normas y los procedimientos guían el comportamiento de los empleados.
- **Liderazgo, motivación y trabajo en equipo:** Contribuye a la comprensión de la motivación al identificar tres tipos de necesidades básicas: poder (ejercer influencia y control), asociación (las personas les preocupan mantener buenas relaciones sociales) y logro (poseen un intenso deseo de éxito y un inmenso temor al fracaso).
- **Planeación organizacional:** Función administrativa que permite la fijación de objetivos, políticas, procedimientos y programas para ejercer la acción planeada.

Capítulo II

Metodología y desarrollo del proyecto

Diseño metodológico

El diseño metodológico desarrollado en este estudio fue de tipo exploratorio y descriptivo. El exploratorio, tiene por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos posteriores y puntualice cuál de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa (Centty, 2006).

En pocas palabras, la finalidad de los estudios exploratorios es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos de una situación y es un tipo de investigación extremadamente útil como paso inicial en los procesos. Esta investigación cumple con estas características, pues a través de la observación directa y las encuestas se podrán realizar análisis que conlleven al desarrollo coherente de las diversas etapas del proyecto. La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Para esto se implementará un método cualitativo, permite la recolección de datos no numéricos. Constituye un método o proceso de investigación que busca la comprensión profunda de un fenómeno dentro de su entorno natural (Centty, 2006) . Por tanto, la metodología que se usará para abarcar los objetivos del proyecto es:

Descripción de la empresa. – Se realizó una breve entrevista al gerente y colaboradores con el fin de conocer la empresa y poder contar con las bases para la elaboración del diagnóstico de las áreas funcionales.

Diagnóstico del área administrativa, producción, mercadeo, contable y financiera. – Se realizó un análisis estructural, entrevistas y observación que permitió conocer el entorno interno y externo en el que actúa la empresa, para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que ésta posee.

Formulación del plan de mejoramiento. – Se analizaron las entrevistas y resultados obtenidos de la empresa para reconocer los aspectos a mejorar y se formuló el plan de mejoramiento, definiendo las estrategias a ser implementadas.

Variables y definición operacional

Tabla No. 1

Variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica/instrumento
Mejoramiento continuo	Técnicas	Ciclo Deming	¿De las	Entrevista
		Herramientas de la calidad	técnicas de mejoramiento	
		cinco s de la calidad	continuo cual conoce?	Cuestionario cliente interno
Es aplicar técnicas para mejorar e	Acciones de la empresa	Diseño del producto	¿En qué acción la	

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica/instrumento
Innovar las acciones y productos de una empresa			Empresa perfecciona la calidad?	
	Calidad de los productos	Actividades administrativas y comerciales	¿Usted cree que los productos satisfacen las necesidades de los clientes?	
		Atención al cliente	Satisfacen las necesidades de los clientes.	

Nota. Motivo o explicación de ocurrencia de otro fenómeno de la empresa Ciber Papelería

“punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías Vega, L. (2022).

Tabla No. 2*Variable dependiente*

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica/ instrumento
Calidad del producto o servicio	Dimensiones de calidad	Rendimiento	¿De las características de la calidad cual ¿Alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa?	Cuestionario cliente interno
		Características		
Conjunto de dimensiones de calidad que reúne un producto, para llegar a obtener factores que impulsan al cliente a solicitar un	Servicio	Conformidad	¿Qué factores se toman en cuenta al momento de la prestación de un servicio?	Entrevista- Cuestionario cliente interno
	Control	Durabilidad		
			Utilidad	
		Estética		
		Ninguna		
		Entrada de materiales	¿Qué factores cree usted que impulsan a los	Encuesta- Cuestionario cliente interno
		Transformación		

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica/ instrumento
producto o servicio y ser calificado		Salida del servicio Todas	clientes a solicitar el servicio prestado por la empresa?	

Nota. Representación del producto o resultado cuya variación se está estudiando en la empresa ciber papelería “punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías por Vega, L. (2022).

Diseño muestral

El diseño muestral puede entenderse como el conjunto de estrategias y procedimientos encaminados a seleccionar una muestra de una población objetivo de estudio, que cumple con una serie de características, puede ser probabilístico o no probabilístico (Centty, 2006).

Para este estudio en particular se implementará el muestreo por conveniencia, que es de tipo no probabilístico y que por su facilidad de acceso al sujeto de investigación permite la obtención de datos e información de una forma sencilla y óptima. Por tanto, la muestra de esta investigación estará conformada por el administrador, colaboradores de la empresa Ciber Papelería.

Técnicas de recolección de datos

Los métodos de recolección de datos son variados y la elección de uno de ellos depende esencialmente de la naturaleza de los objetivos y de las hipótesis formuladas. Para cada proyecto de investigación hay que diseñar y construir un instrumento y una técnica adecuados. Los métodos y técnicas de recolección de datos pueden dividirse en dos categorías: métodos primarios de recolección de datos y métodos secundarios de recolección de datos. A continuación, se describen las técnicas de recolección de datos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Para este estudio se implementará la entrevista, definida como una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Y la observación entendida como el registro sistemático y objetivo de la conducta que se genera espontáneamente, permite la contratación de hipótesis, la recopilación de sus resultados y contribuye al desarrollo teórico al proporcionar resultados.

Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Las técnicas estadísticas para el procesamiento de información de este estudio fueron las siguientes:

Diagrama de causa y efecto: El diagrama de causa-efecto (llamado también de espina de pescado debido a su forma o de Ishikawa debido a su autor) es un método para crear y clasificar ideas o hipótesis sobre las causas de un problema de manera gráfica. La representación gráfica va

a permitió: Estimular las ideas. Ayuda a la objetividad, aunque no es un método cuantitativo. Es aplicable a muchas y diversas áreas. Se puede emplear tanto para la búsqueda de una causa como de una solución. Para crear un consenso sobre las causas. Para concentrar la atención en el proceso en el que se produce el problema. Para permitir el uso constructivo de la información. Para expresar hipótesis sobre las causas del problema (AEC, 2022).

Ciclo de Deming: es un sistema que busca la optimización constante de las actividades empresariales a través de cuatro etapas. Una vez que se llega a la última etapa, la empresa debe volver a comenzar, promoviendo así una autoevaluación continua que le permita identificar oportunidades de mejora en cada proceso. El ciclo de Deming es también es denominado ciclo Plan, Do, Check y Act (PDCA). De igual manera, se le conoce como espiral de mejora continua o ciclo PHVA. La aplicación de estas cuatro etapas del ciclo de Deming permite reevaluar los procesos una y otra vez, de forma cíclica, asegurando así el progreso continuo de la organización (Centty, 2006).

Resultados

En este apartado se expone a continuación la tabulación de resultados de la entrevista aplicada a la administradora de la empresa y dos colaboradores de la empresa que residen en el cargo de atención al cliente y vendedor, información que se detalla a continuación:

Tabla No. 3*Datos de los entrevistados de la empresa Ciber Papelería*

Nombre y apellido	Cargo	No. de entrevistado
Mercy Simaluisa	Administradora	1
Yulisa Simaluisa	Atención al cliente	1
Tania Masabanda	Vendedora	1
Total		3

Nota. Personal administrativo encuestados para la obtención de información relevante de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías por Vega, L. (2022).

Resultados de la entrevista aplicada a la administradora de la empresa Ciber Papelería

En la siguiente tabla se evidencia las preguntas y cuestionamientos aplicado en la entrevista a la administradora de la empresa Ciber Papelería, así como los criterios y respuesta aportados, que permitieron el análisis del diagnóstico actual.

Tabla No. 4*Sistematización de la entrevista aplicada a la administradora de la empresa Ciber Papelería*

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
¿De las técnicas de mejoramiento continuo cuál conoce?	El ciclo PDCA	Conoce la técnica de mejoramiento Ciclo PDCA, pero no la implementa.

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
¿En qué acción la empresa perfecciona la calidad?	La calidad del servicio al cliente y de los productos.	Existen acciones inclinadas al perfeccionamiento constante de la calidad del servicio y los productos que ofrece la empresa.
¿Usted cree que los productos de la empresa reúnen características que responden en forma óptima a las necesidades del cliente?	Si, vendo lo que el cliente quiere, estableciendo la calidad y un precio accesible.	Considera que los productos ofrecidos por la empresa reúnen las características que responde a las necesidades del cliente. Sin embargo, no se han aplicado estrategias que permitan determinar la opinión del cliente tales como encuestas. Caja de comentarios entre otros.
¿De las características de la calidad cual alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa?	Eficacia en el servicio de internet disponible.	De acuerdo a la naturaleza de la empresa Ciber Papelería cuenta con un óptimo servicio de internet.

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
¿Qué factores se toman en cuenta al momento de la prestación de un servicio?	Contacto directo cliente-vendedor y atención en reclamos y cumplimientos.	Existe contacto directo entre el cliente y el vendedor. Sin embargo, no se evidencia que tipo de políticas de reclamo implementan- Estrategias de calidad para la prestación del servicio.
¿Qué factores cree usted que impulsan a los clientes a solicitar el servicio prestado por la empresa?	El precio accesible que se ofrece.	Solo se evidencia como estrategia de impulso de ventas un precio accesible, más no determina estrategias de calidad y optimización.

Nota. Actividad que viene surgiendo como una necesidad concreta y orientada a veces a distintos objetivos por Vega, L. (2022).

Análisis: Respecto a los resultados aportados a través de la aplicación de la entrevista a la administradora de la empresa Ciber Papelería, así como los criterios y respuesta aportados, y en cumplimiento al objetivo de estudio basado en diagnosticar el proceso y situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores se evidenció que la persona responsable del personal y asunto administrativos de la empresa; conoce técnicas de mejoramiento para el crecimiento de la empresa, tal como refirió el ciclo PDCA, pero sin embargo no la implementa. Así mismo determinó que existen acciones

inclinadas al perfeccionamiento constante de la calidad del servicio y los productos que ofrece la empresa y considera que los productos ofrecidos por la empresa reúnen las características que responde a las necesidades del cliente. Pero sin embargo no se manifiesta la aplicación de tales estrategias, que permitan determinar la opinión del cliente tales como encuestas o caja de comentarios entre otros.

De acuerdo a la naturaleza de la empresa Ciber Papelería, la entrevistada determinó que, cuenta con un óptimo servicio de internet, que existe contacto directo entre el cliente y el vendedor. Pero una vez más no se evidencia que tipo de políticas de reclamo implementan. Solo detalla como estrategia de impulso de ventas un precio accesible, más no determina estrategias de calidad y optimización. Determinando que su “calidad” se enfoca solo en ofrecer un precio asequible, más no estándares de calidad, donde el cliente pague por un servicio de calidad, aunque el precio incremente.

En concordancia a estos criterios expuesto del diagnóstico inicial, es importante detallar que, en el mundo empresarial muy competitivo, las empresas deben posicionarse como una organización eficiente y que apuesta por la calidad. Si bien es cierto el precio de un producto no determina su calidad, pero es sabido que la calidad cuesta. Por tanto, las investigaciones ponen de manifiesto la incidencia sobre la rentabilidad de una empresa de los costes de tener una estructura operativa que genera productos de mala calidad.

Resultados de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (atención al cliente) de la empresa Ciber Papelería.

En la siguiente tabla se evidencia las preguntas y cuestionamientos aplicado en la entrevista a uno de los colaboradores (atención al cliente) de la empresa Ciber Papelería, así como los criterios y respuesta aportados, que permitieron el análisis del diagnóstico actual.

Tabla No. 5

Sistematización de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (atención al cliente) de la empresa Ciber Papelería

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
¿Conoce usted los procesos de la empresa?	Si, atención al cliente, selección de personal, entrega del producto, entre otros.	Conoce y detalla los procesos de la empresa.
¿Considera que la empresa propone acciones para mejorar la calidad?	No, la empresa se creó recientemente aproximadamente hace un año y medio.	La empresa no propone acciones para mejorar la calidad. La entrevistada argumenta que se debe al poco tiempo que tiene fundada la empresa, pues estipula tiene un año y medio de productividad

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
<p>¿Usted cree que los productos de la empresa reúnen características que responden en forma óptima a las necesidades del cliente?</p>	<p>El producto y servicio q se brinda es de acuerdo a la necesidad del cliente.</p>	<p>Considera que los productos ofrecidos por la empresa reúnen las características que responde a las necesidades del cliente. Sin embargo, no se han aplicado estrategias que permitan determinar la opinión del cliente tales como encuestas. Caja de comentarios entre otros.</p>
<p>¿De las características de la calidad cual alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa?</p>	<p>Fiabilidad el producto no le va a fallar.</p>	<p>Estipula que una de las características que alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa es la fiabilidad.</p>
<p>¿Qué factores se toman en cuenta al momento de la prestación de un servicio?</p>	<p>Contacto directo con el cliente al momento de vender.</p>	<p>Existe contacto directo entre el cliente y el vendedor. Sin embargo, no se evidencia que tipo de políticas de reclamo implementar estrategias de</p>

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
		calidad para la prestación del servicio.
¿Qué factores cree usted que impulsan a los clientes a solicitar el servicio prestado por la empresa?	Buen servicio y precio.	Solo se evidencia como estrategia de impulso de ventas un precio accesible, más no determina estrategias de calidad.

Nota. Ordenamiento de la información, como una forma de relatar una experiencia de manera entendible para favorecer el intercambio de experiencias por Vega, L. (2022).

Análisis: En cuanto a los datos sistematizados, resultado de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (atención al cliente) con relación a los criterios de la administradora de la empresa y con el fin de diagnosticar el proceso y situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores se determinaron los siguientes puntos:

En primer lugar, sobre el conocimiento de los procesos de la empresa por parte de los empleados, en este caso particular se evidenció que; la entrevistada conoce y detalla los procesos de la empresa. Así mismo sobre las estrategias de mejora de la empresa, esta no propone acciones para mejorar la calidad. La entrevistada argumenta que se debe al poco tiempo que tiene fundada la empresa, pues estipula tiene un año y medio de productividad. Considera que los productos ofrecidos por la empresa reúnen las características que responde a las necesidades del cliente. Sin

embargo, no se han aplicado estrategias que permitan determinar la opinión del cliente tales como encuestas. Caja de comentarios entre otros.

Por otra parte, se determina según las estipulaciones de la entrevistada que una de las características que alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa es la fiabilidad. Más no concretamente se evidencia la calidad. Existe contacto directo entre el cliente y el vendedor. Sin embargo, no se evidencia que tipo de políticas de reclamo implementan- Estrategias de calidad para la prestación del servicio. Y solo se evidencia como estrategia de impulso de ventas un precio accesible, más no determina estrategias de calidad y optimización.

En complemento a los argumentos señalados en los párrafos anteriores es necesario destacar que, las organizaciones en la actualidad deben enfrentar nuevos retos provocados por factores externos que influyen decisivamente en su gestión: la excelencia, el control de gastos, el aumento de beneficios, la rentabilidad, la competitividad y el desarrollo constante hacen necesario que las empresas adopten nuevos sistemas de gestión de calidad que garanticen la eficacia, la eficiencia y la efectividad.

Sin embargo, estas, no pueden solo enfocarse en establecer estrategias basadas en el precio con el fin de impulsar ventas o traer al cliente, el creciente desarrollo científico técnico ha facilitado el proceso de globalización y la existencia de clientes más informados, exigentes y preocupados por los problemas medioambientales por lo que los estándares de calidad deben basarse en las necesidades y expectativas del cliente. El mercado dominado por la sobreoferta, la competitividad, y la inestabilidad, exige la entrega de productos con alto valor percibido y de calidad, que potencien la satisfacción de los clientes y su fidelización, para mantener así la cuota de mercado o ganar

nuevos clientes e incrementar la misma; como vías seguras para obtener beneficios y ser competitivos.

Resultados de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (vendedor) de la empresa Ciber Papelería

En la siguiente tabla se evidencia las preguntas y cuestionamientos aplicado en la entrevista a uno de los colaboradores (vendedor) de la empresa Ciber Papelería, así como los criterios y respuesta aportados, que permitieron el análisis del diagnóstico actual.

Tabla No. 6

*Sistematización de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (vendedor) de la empresa
Ciber Papelería*

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
¿Conoce usted los procesos de la empresa?	Algunos, como selección del personal, atención al cliente.	No conoce y sólo detalla dos procesos de la empresa.
¿Considera que la empresa propone acciones para mejorar la calidad?	No, pero busca un mejor producto a un precio accesible.	La empresa no propone acciones para mejorar la calidad. La entrevistada argumenta. Su estrategia de ventas y crecimiento residen solo en un precio accesible para el cliente.

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
<p>¿Usted cree que los productos de la empresa reúnen características que responden en forma óptima a las necesidades del cliente?</p>	<p>Si, buscan más que por la calidad, por el precio accesible.</p>	<p>Sólo se enfocan en reunir características de acuerdo al precio y no a la calidad.</p>
<p>¿De las características de la calidad cual alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa?</p>	<p>Precio, se busca un precio que se acomode a la necesidad del cliente.</p>	<p>Estipula que una de las características que alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa es el precio. Más no concretamente se evidencia la calidad.</p>
<p>¿Qué factores se toman en cuenta al momento de la prestación de un servicio?</p>	<p>El contacto directo con el cliente para ofrecer el servicio.</p>	<p>Existe contacto directo entre el cliente y el vendedor. Sin embargo, no se evidencia que tipo de políticas de reclamo implementan- Estrategias de calidad para la prestación del servicio.</p>
<p>¿Qué factores cree usted que impulsan a los clientes a</p>	<p>Precio</p>	<p>Solo se evidencia como estrategia de impulso de ventas un precio accesible más</p>

Cuestionamiento	Criterios	Diagnóstico
solicitar el servicio prestado por la empresa?		no determina estrategias de calidad y optimización.

Nota. Proceso de organización de técnicas, ordenamiento de metodologías por Vega, L. (2022).

Análisis

En cuanto a los datos sistematizados, resultado de la entrevista aplicada a uno de los colaboradores (vendedor) con relación a los criterios de la administradora de la empresa y a uno de los colaboradores (atención al cliente) y con el fin de diagnosticar el proceso y situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores en este caso particular se determinaron los siguientes puntos:

- La entrevistada manifestó sobre el conocimiento de los procesos de la empresa, que no los conoce a totalidad y sólo detalla dos procesos de la empresa. Así mismo se pudo distinguir que, la empresa no propone acciones para mejorar la calidad. La entrevistada argumenta que su estrategia de ventas y crecimiento residen solo en un precio accesible para el cliente, pues sólo se enfocan en reunir características de acuerdo al precio y no a la calidad. Estipula que una de las características que alcanzan los productos o servicios ofrecidos por la empresa es el precio. Más no concretamente se evidencia la calidad. Existe contacto directo entre el cliente y el vendedor. Sin embargo, no se evidencia que tipo de políticas de reclamo implementan para la prestación del servicio. Solo se evidencia como estrategia de impulso de ventas un precio accesible más no determina estrategias de calidad y optimización
- Respecto a esto, las consideraciones de la entrevistadas coinciden con las exposiciones de la administradora y la colaboradora de atención al cliente, en la que mayormente se

determina que sus estrategias de “calidad” solo son camufladas en el precio pero es necesario la capacitación del personal en los procesos de la empresa Ciber Papelería con el fin de formarlos en la prestación de un servicio de calidad y que no sólo los productos sean se calidad sino que exista un mejoramiento en todos sus ámbitos.

- Por tal motivo, el mejoramiento de las redes empresariales como mecanismo de crecimiento de la empresa se basan en los beneficios que reporta la gestión de la calidad, pero los mismos deben exigirse siempre a mediano y largo plazo. Pretender resultados a corto plazo ha sido la causa fundamental del fracaso de muchos programa de mejora, debido a que la gestión de la calidad es una estrategia que permite alcanzar niveles superiores y sostenidos, de desempeño empresarial, que se inician con una reducción gradual de los costos de no conformidad (costos de: re trabajo, reproceso, re inspección, desperdicios, reclamaciones, de atención de quejas y reclamaciones, entre otros) que provocan un incremento de la productividad, hasta llegar a la entrega de productos de mayor valor para los clientes, que lógicamente incrementarán las ventas y consolidarán la imagen de la organización, a mediano y largo plazo.
- Sin embargo, no se debe dejar a un lado que la aplicación de las redes empresariales forma parte de esta gestión, pues inicialmente la prioridad debe ser el logro de la eficacia, tomando como indicador fundamental la satisfacción del cliente, el incremento sostenido de este indicador va a repercutir en la eficiencia y en el desempeño de la organización, lo cual provocará a mediano y largo plazo el incremento de la efectividad en la gestión.

Discusión de resultados

Partiendo de los resultados presentados en este capítulo, y sistematizados por cuestionamiento y criterio, permitieron establecer un diagnóstico que confirmo la situación actual de la empresa; en la que se evidenció; la empresa Ciber Papelería en cuanto a la planeación organizacional no se encuentra muy sólida y definida puesto que no cuenta con una buena estrategia (redes empresariales), la cual hace referencia al logro de objetivos los cuales encaminan y le dan dirección a la organización, la misión razón de ser de una empresa, la visión a donde quiero llegar en algunos años y los planes de acción, pese a que esta solo cuenta con apenas un año y medio de productividad. Sus valores, políticas y principios corporativos no los tiene definidos para su personal. La empresa en cuanto a su misión está clara pero no está difundida, no se encuentra estructurada ni está clara para sus trabajadores, lo que es poco apropiado para llevar una buena calidad de vida empresarial ya que esta tiene que ser consecuente con sus principios y valores. Respecto a estas consideraciones Lozano (2018) en su investigación; “Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes” estableció;

El desarrollo de redes empresariales con enfoques de calidad implica, para instituciones articuladoras y empresas, asumir valores, actitudes y capacidades orientadas al desarrollo de negocios socialmente responsables, que incrementen la competitividad de cada empresa y de la red en su conjunto en un marco de protección al medio ambiente y de impulso de la calidad (p. 5).

En esta misma línea de estudio y respecto a la visión empresarial de Ciber Papelería es poco clara, no está definida, solo cuenta con una idea muy general y abstracta que es la de poder llegar a ser una empresa más grande y muy reconocida, tampoco cuenta con una buena dirección

para guiarse en su elaboración. La empresa cuenta con pocos objetivos, y para poder cumplirlos necesita crear estrategias (redes empresariales) para hacer realidad, mantener y soportar cada objetivo. Por tanto, las estipulaciones de Sánchez (2019) en “mejora continua” en el cual argumenta respecto a las consideraciones de Lozano (2018) que micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) constituyen un importante sector de la economía. Y que según el Plan de Desarrollo Operativo (PDO), las MiPymes representan más del noventa por ciento del universo empresarial, se estima que aportan cerca del sesenta por ciento del empleo total, que las aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB) pueden llegar hasta un cuarenta por ciento y que en términos de exportaciones pueden representar hasta el cuarenta por ciento del total, caracterizándose por prestar servicios de calidad en sus servicios y productos, implementando la competitividad en relación a otras organizaciones que prestan servicios similares y conexos. Un punto relevante a destacar es que, la empresa considera el bajo precio de sus productos y servicios como una estrategia de crecimiento, aumento de ventas y fidelización de clientes, teniendo un concepto errado de lo que es la calidad.

En complemento a este análisis determina Becerra (2008) en su investigación “Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación teórica” detalla que, en los sistemas productivos, cada vez “cobra mayor importancia la observación y el análisis de los fenómenos asociados con el surgimiento y desarrollo de las empresas, el establecimiento de la calidad de sus servicios o productos, así como el contexto de sus relaciones con agentes externos, los stakeholders , que pueden afectar positiva o negativamente el comportamiento de la empresa, o ser afectados por las acciones, decisiones o planes de esta. Atendiendo a los resultados evidenciados en los resultados sistematizados, permiten hacer hincapié que la calidad y las redes empresariales están conectadas de forma directa, si las organizaciones prestan un servicio de calidad la competitividad

entre ellas aumenta y permiten que estas, respondan cada día a mejoras continuas y a su crecimiento.

Por tanto, Lozano (2018) como Becerra (2008) coinciden en que, la importancia as relaciones de las empresas con sus competidores directos dentro de un mercado, así como las que establecen con sus proveedores y clientes, pueden contribuir a crear fuentes de ventaja competitiva para la empresa, en especial las pequeñas y medianas empresas, cuyas características las hacen más vulnerables al entorno competitivo actual.

Tales relaciones determinan la configuración de redes empresariales (de distinta naturaleza y tipo) como un mecanismo que resulta beneficioso para los integrantes de la red dado el intercambio dinámico entre los integrantes, así como de los recursos que estos poseen y comparten en un contexto de colaboración y competencia: información, conocimiento y tecnología, entre otros. La red es un sistema abierto en el cual el intercambio entre sus integrantes y con agentes de otros grupos sociales permite la potencialización de los recursos y la calidad de los servicios que prestan las empresas.

Capítulo III

Propuesta

Nombre de la propuesta

Plan de mejoramiento para las áreas administrativas, producción y mercadeo mediante el uso de las redes empresariales para la empresa Ciber Papelería.

Objetivos

- Establecer las actividades de mejora del plan de mejoramiento desde los altos directivos hasta los empleados de la empresa Ciber Papelería.
- Determinar la planeación de la empresa que abarca la misión, visión, políticas, valores, principios y objetivos.

Justificación

Las estrategias de articulación productiva o como también se le conocen redes empresariales, tienen como fin aumentar la capacidad competitiva de empresas/unidades productivas y redes empresariales, por medio del mejoramiento de relaciones entre las organizaciones y la calidad de sus servicios, así como la búsqueda de efectos sinérgicos entre estos actores, incluyendo a las instituciones públicas y privadas, proveedoras de servicios financieros y no-financieros para el desarrollo empresarial.

Una de las estrategias más efectivas de articulación productiva es la organización y desarrollo de redes empresariales con enfoque en la calidad de los servicios. Por tanto, Según Godínez (2017):

Los objetivos principales de una red empresarial son: Elevar la competitividad y la rentabilidad de las empresas de la red. Inducir la especialización de las empresas en algunas de las diferentes etapas del proceso productivo y consolidar la presencia en el mercado de las empresas que integran la red. Facilitar el acceso de las empresas a servicios que les resultan inaccesibles de manera individual (p. 10).

Por tanto, bajo estas consideraciones, la empresa Ciber Papelería establecerá una alianza o estrategias de redes con el propósito de incrementar su crecimiento empresarial, aumento de ventas, a través del establecimiento de acciones de innovación tecnológica.

Descripción de la propuesta

Con base en los hallazgos del diagnóstico y análisis desprendidos de los resultados de la aplicación de entrevistas a la administradora y colaboradores de la empresa Ciber Papelería, se plantean las siguientes estrategias para que con su aplicación pueda ayudar a contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización: Obtener el compromiso de la alta dirección ya que el plan de mejoramiento debe empezarse desde los altos directivos puesto que son los encargados de darle la fuerza y el compromiso a este proceso. Asegurar la participación en equipos de los empleados. Conseguir la participación individual. Determinar la planeación de la empresa que abarca la misión, visión, políticas, valores, principios y objetivos. De manera específica se requiere:

1. Planear las estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos.
2. Crear el organigrama de la empresa.

3. Para que la empresa maneje un mayor orden diseñar el manual de funciones para cada cargo.
4. Analizar y pronosticar la necesidad de los principales clientes, proveedores, distribuidores, acreedores, accionistas y empleados.
5. Definir un proceso para la selección del personal.
6. Crear mecanismos de participación para los empleados.
7. Implantar planes de incentivos para los empleados en donde se trata de estimular conductas que lleven al logro de metas individuales y organizacionales.
8. Crear material de comunicación entre el personal.
9. Introducir estrategias de trabajo en equipo.
10. Realizar conferencias sobre el tema del liderazgo.
11. Desarrollar formatos para la evaluación de desempeño y para las compras de materia prima.
12. Realizar planes de acción y estrategias.
13. Crear y agregar más cargos en la organización.
14. Capacitar y desarrollar programas, cursos y toda actividad que vaya en función del mejoramiento de los conocimientos del personal.
15. Distribuir políticas y procedimientos de recursos humanos, nuevos o revisados, a todos los empleados, mediante boletines, reuniones, memorándums o contactos personales.

FODA

Tabla No. 7

Análisis FODA

Oportunidades	Amenazas
Diversificación en el mercado de nuevos productos.	Saturación del mercado.
Nuevos mercados para codificar.	Aumentos de precios.
Variedad de proveedores.	Problemas tecnológicos.
Mejor posición financiera.	Integraciones verticales hacia atrás de la competencia.
Fortaleza	Debilidades
Servicio a un precio accesible.	Dificultades y deudas financieras.
La rapidez de su personal.	Falta de organización interna.
Algunos de sus productos son únicos.	Sus productos no manejan un valor agregado.
Variedad de sus productos.	Poco tiempo en el mercado.
Relaciones comerciales.	No maneja proyecciones ni administración estratégica.

Nota. Análisis de las fortalezas debilidades oportunidades y amenazas de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías por Vega, L. (2022).

Tabla No. 8*Matriz FODA cruzada*

	Oportunidades	Amenazas
	Demanda de productos diferenciados.	Saturación en el mercado.
	Variedad de proveedores.	Variación en los precios de las materias primas.
	Poder adquisitivo de los clientes.	Competidores entrantes con productos a bajo costo.
	Desarrollo tecnológico en maquinaria.	Integraciones verticales hacia atrás de la competencia.
Fortalezas	Estrategia FO	Estrategias FA
Productos de buena calidad.	F1 O1, O2: Desarrollo de nuevos productos acorde con las necesidades del cliente.	F1 A1, A3: Realizar estrategias publicitarias destacando las mejoras realizadas a los productos.
Personal capacitado y competente.	F2 O1: Diseñar un plan de ventas y ampliación de clientes.	F3 A2, A4: Efectuar alianzas con proveedores respecto a descuentos por volumen de compras.
Existen buenas relaciones comerciales.	F3 O3: Aprovechar las relaciones comerciales para	F1, F4, A1, A3, A4: Establecer relaciones con otros clientes

fortalecer las relaciones con
sus grupos de interés.

La capacidad de producción es limitada.	D4 O4: Invertir en recursos para aumentar la capacidad de producción.	D5 A1, A3, A4: Realizar estrategias publicitarias destacando la calidad de los productos y la trayectoria de la empresa en el mercado.
---	---	--

Nota. Implementación de nuevas estrategias para el crecimiento de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías por Vega, L. (2022).

Filosofía empresarial

En este punto se presentan los desarrollos de algunas estrategias propuestas:

Misión

Ciber Papelería “Punto de Encuentro” ofrece un servicio de conexión a internet, redacción de trabajos académicos, investigaciones, venta de libros y todo en artículo de papelería, buscando siempre satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

Visión

Para el 2024 Ciber Papelería se ve con un buen posicionamiento en el mercado, con altos niveles de productividad y rentabilidad, por ende, más competitivo y agresivo en los mercados donde actúe buscando siempre la calidad y un mejoramiento continuo para sus productos.

Principios

Los principios éticos que regirán la conducta o el pensamiento del personal en Ciber Papelería son:

1. **Eficacia:** Nivel de consecución de metas y objetivos. La eficacia hace referencia a nuestra capacidad para lograr lo que se propone,
2. **Eficiencia:** Trabajar con la mejor utilización en los recursos, para obtener mejores utilidades y ganancias.
3. **Buena fe:** Actuar con rectitud y honradez.
4. **Transparencia:** actuar con sinceridad y honradez.
5. **Calidad:** calidad como cultura, como norma de vida corporativa, será un compromiso y obligación permanentes de todos los miembros de la empresa Ciber Papelería.

Valores

Los ejes de valor que guían las acciones en la empresa Ciber Papelería son

1. **Lealtad:** trabajar siempre lo mejor posible con lo que se ha comprometido aun en circunstancias cambiantes.
2. **Honradez:** actuar siempre de forma justa, recta e integra
3. **Responsabilidad:** cumplir las obligaciones y compromisos adquiridos, asumir la responsabilidad de sus propios actos, y saber responder a lo que se espera.
4. **Respeto:** Aceptar a los compañeros tal y como son, aceptar y comprender su forma de pensar y actuar aunque no sea igual a la nuestra.

- 5. Honestidad:** actuar con conducta recta, honrada que lleva a observar normas y compromisos, así como actuar con la verdad, lo que denota sinceridad y correspondencia entre lo que se hace.

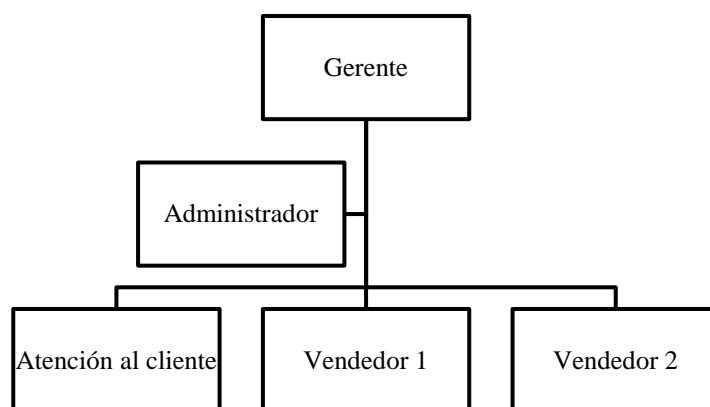
Políticas

1. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos.
2. Realizar todos los procesos y actividades con calidad.
3. Realizar todo trabajo con excelencia.
4. Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
5. Seleccionar los proveedores con las características necesarias requeridas para la empresa.
6. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
7. Fomentar el trabajo en equipo.
8. Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.

Organigrama

Figura No. 1

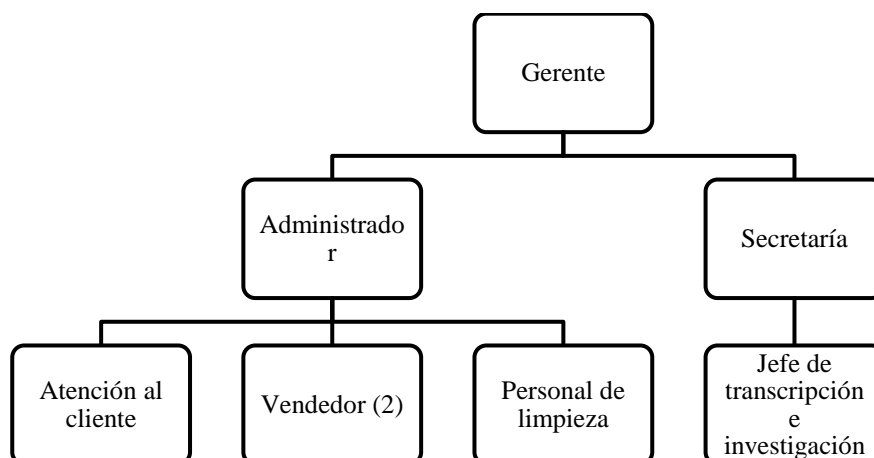
Organigrama Ciber Papelería



Nota. Diagrama que muestra la estructura interna de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” por Vega, L. (2022)

Figura No. 2

Organigrama proyectado para la empresa Ciber Papelería



Nota. Representación gráfica de la estructura interna actualizada de la empresa ciber papelería “Punto de encuentro” por Vega, L. (2022)

Objetivos

Los objetivos planteados de acuerdo a la situación actual de la organización son:

1. Desarrollar nuevos productos acordes con las necesidades del cliente
2. Establecer mejores relaciones comerciales y publicitarias destacando las bondades de los productos.
3. Estrategia invertir en recursos para aumentar la capacidad comercial.

Estrategias/ plan de acción

Estrategias de innovación tecnológica, teclados para personas no videntes

Tabla No. 9

Plan de acción desarrollo de nuevo productos acordes con las necesidades del cliente

	Estrategia	Actividades	Meta	Fecha inicio y fin	Responsable	Recursos	Medios de verificación
Desarrollar nuevos productos acordes con las	Desarrollo de nuevo producto acordes con las	A1: Realizar encuestas a los clientes, en los puntos de ventas sobre	90% de clientes potenciales encuestados	1er III 2022	Administrador	Papelería: \$ 100	Encuestas

necesidad del cliente	necesidad del cliente	sus nuevas necesidades y preferencias			
A2:					
Analizar la información recopilada del estudio de mercados.	100% información analizada	2do III 2022			Reporte de análisis de información
A3: Cotizar el costo de la nueva comercialización.					
	90% de cotizaciones realizadas	3er III 2022	Gerente	Estimación de presupuesto	Cotización
A4:					
Cambios y reformas de producción.	80% de cambios realizados	4to IV 2022			Reporte de mejora de procesos

Nota. La selección y el diseño de nuevos bienes y servicios para la implementación de nuevas estrategias de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” por Vega, L. (2022).

En cuanto a las estrategias de innovación de tecnología, se propone la implementación de teclados para personas no videntes, quienes se sirven de los servicios de la empresa Ciber Papelería. Con este dispositivo se trata de ayudar a las personas no videntes, para que puedan hacer uso de las computadoras con una mayor eficiencia al momento de solicitar el servicio.

Figura No. 3

Teclado método braille



Nota. Teclado en combinación de negro sobre amarillo, con teclas grandes, buen contraste y simplificación del uso por Robles (2017).

El teclado braille representa la posibilidad de que las personas ciegas o con déficit visual puedan leer y escribir, ya sea con punzón, máquinas Perkins o teclados adaptados. En el caso de las personas ciegas y sordas constituye el único medio de acceso a la cultura y el aprendizaje, así como fomenta la integración en todos los ámbitos: escolar, social y laboral. Su eficacia y beneficio como estrategia de innovación radica en que las personas con discapacidades visuales puedan utilizar más eficientemente la computadora sin tener que modificar el equipamiento. Por tal razón

la empresa Ciber Papelería se acoge a la implementación de esta estrategia con el fin de establecer innovación en sus servicios.

Estrategias de afiliación empresarial (redes)

Tabla No. 10

Plan de acción establecimiento de mejores relaciones comerciales y publicitarias destacando las bondades de los productos.

Objetivo	Estrategia	Actividades	Meta	Fecha inicio y fin	Responsable	Recursos	Medios de verificación
Establecer mejores relaciones comerciales y publicitarias	Establecimiento de mejores relaciones comerciales y publicitarias	A1: Contratar a una agencia que determine el medio adecuado para que la empresa realice su publicidad/promoción.	Un contrato de agencia	1er. III 2022	Gerente.	\$ 1.000	Contratar una agencia

destaca	ias	A2: Analizar			
ndo las	destacand	las	80%		
bondad	o las	recomendacio	Recomen		Recomend
es de	bondades	nes sugeridas	daciones		aciones
los	de los	por la entidad	recogidas		recogidas
product	productos	contratada.			
os.	.	A3: Escoger el			
		medio a través	Un Medio		Medio
		del cual se	selecciona		selecciona
		realizarán las	do		do
		campañías.			
		A4: Realizar	100%		
		las campañas	Spots	2do.	Spots
		de publicidad	publicitari	III	\$ 1.800 publicitari
		y/o	os	2022	os
		promoción.	desarrolla		
			dos		
		A5: Ofrecer	80%		
		servicios	Servicios		Servicios
		adicionales	adicionale		adicionale
		ofertar y	s		s
		determinar			

Administrador.

que el cliente
se decante por
un producto.

A6: Analizar

qué producto

esta con

insatisfacción 1 estudio

en el de

consumidor mercado

para buscar la

solución al

problema.

Reporte de

análisis de

mercado

Nota. Plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa ciber
papelería “punto de encuentro” apoyado en las nuevas tecnologías por Vega, L. (2022).

Tabla No. 11

Plan de acción invertir en recursos para aumentar la capacidad comercial.

Objetivo	Estrategia	Actividades	Meta	Fecha inicio y fin	Responsable	Recursos	Medios de verificación
Invertir en recursos para aumentar la capacidad comercial.	Inversión en recursos para aumentar la capacidad comercial.	A1: Realizar una lista preliminar de bancos potenciales para adquirir un préstamo.	100% de lista realizada	2do. III 2022	Gerente		Lista de Bancos
		A2: Visitar a los bancos escogidos.	80% de Bancos visitados	2do. III 2022			Administrador
		A3: Gestionar el préstamo	Obtener el	3er. III 2022		\$ 15.000	

Objetivo	Estrategia	Actividades	Meta	Fecha inicio y fin	Responsables	Recursos	Medios de verificación
		en la mejor opción para maquinaria	préstamos				

Nota. Forma por excelencia de elevar la capacidad de expansión y la inversión de la empresa ciber papelería “Punto de encuentro” Vega, L. (2022).

Las empresas hoy en día han decidido al interior de sus áreas competitivas, la colaboración horizontal o vertical, de acuerdo a las oportunidades de rentabilidad para transferir o absorber aprendizaje tecnológico u organizacional. De igual forma, el establecimiento de esquemas de interrelación entre empresas refleja las estrategias de comportamiento tendientes a: obtener ventajas de acceso a insumos, bienes intermedios o de comercialización que les representen la apropiación de un mayor porcentaje del valor generado a lo largo de una cadena productiva; y acelerar capacidades de aprendizaje para, si es el caso, aprovechar oportunidades para internalizar alternativas tecnológicas, organizativas o de gestión, que no son deseables o no tienen posibilidades de ser desarrolladas internamente.

Por tal motivo, la empresa Ciber Papelería realizará una alianza con la empresa privada Ecuador Virtual IT, quien es representante para Ecuador de empresas como VMware, Veeam, FireEye, Radware, entre otras, son expertos en virtualización de infraestructura tecnológica,

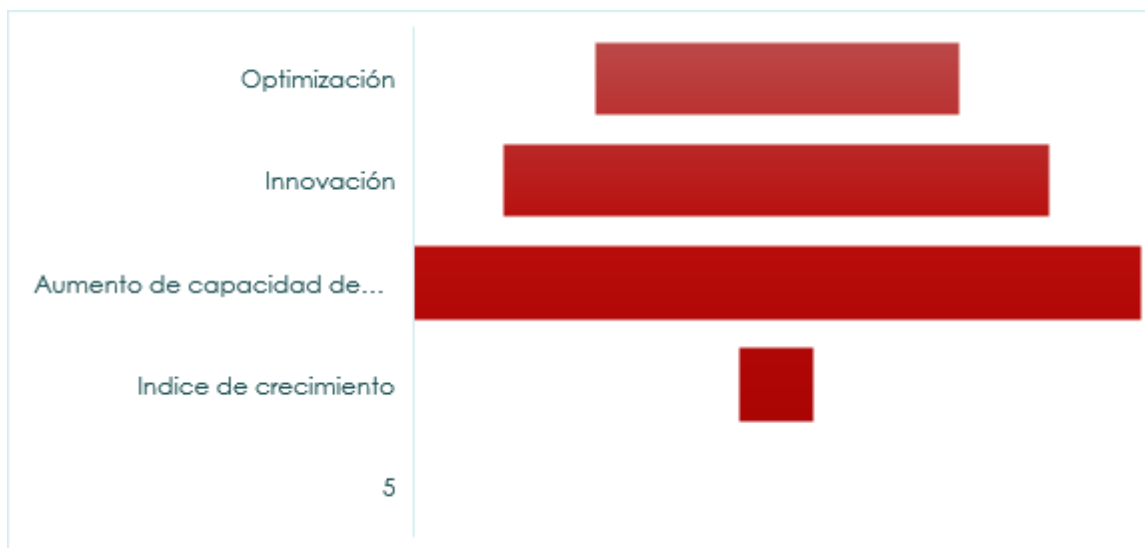
soporte y seguridad de la información. Brindan soluciones tecnológicas de calidad para el desarrollo exitoso de empresas siendo líderes en el mercado ecuatoriano. De acuerdo al último informe de las redes empresariales en Ecuador, solo el tres por ciento de las empresas cuentan con herramientas que mitigan los riesgos cibernéticos de almacenamiento en la nube. Bajo este propósito se basa la alianza estratégica entre Ecuador Virtual IT y Ciber Papelería con el fin de optimizar y actualizar los sistemas y equipos de cómputos de la empresa, y así fomentar el crecimiento tecnológico y buen funcionamiento de sus servicios a los clientes internos y externos de la empresa.

Resultados de la propuesta

A continuación, se presenta una gráfica de los resultados proyectados y esperados de la propuesta descrita en este capítulo. La primera gráfica refleja el estado principal de la empresa, y la segunda los resultados obtenidos luego de la aplicación de la propuesta.

Figura No. 4

Estado de la empresa antes de la propuesta

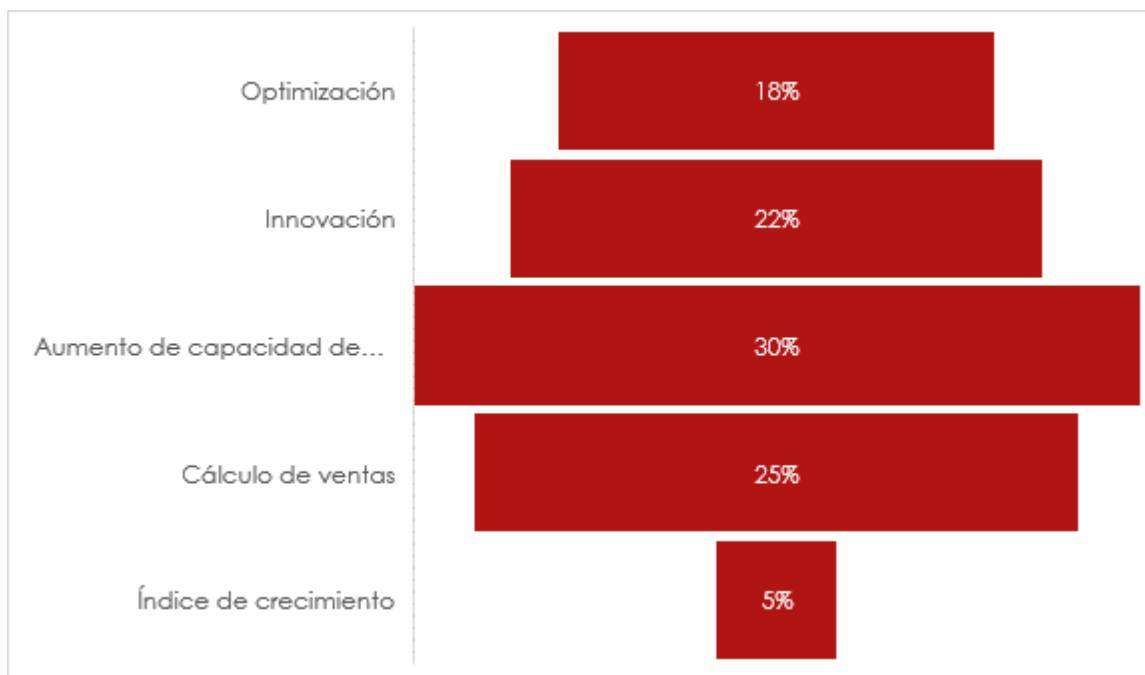


Nota. Representación gráfica de la empresa antes de aplicar las estrategias de la empresa ciberpapelaría “punto de encuentro” por Vega, L. (2022).

En cuanto al estado de la empresa antes de la propuesta, se evidencian bajos índices de los indicadores de la empresa, tal como optimización que sólo representaba un diez por ciento en los procesos de la empresa, innovación un quince por ciento, aumento de producción, la cual no aumentaba desde hace seis meses. Finalmente, un índice de crecimiento que se mantenía estancado en un dos por ciento durante dicho periodo de seis meses. Teniendo en cuenta que el porcentaje de ventas no era calculado en la empresa.

Figura No. 5

Resultados después de la aplicación de la propuesta



Nota. Niveles de crecimiento tras aplicar las estrategias establecidas de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” por Vega, L. (2022).

Luego de la implementación de las estrategias de crecimiento, se evidenció una optimización de diez por ciento a 18% con un ocho por ciento de crecimiento, una innovación de quince por ciento a un 22% de aumento, de un veinte por ciento a treinta por ciento se incrementó la capacidad de producción. Las ventas que anteriormente las ventas no se calculaban, luego de la propuesta se calcularon representando un 25%. Finalmente, el índice de crecimiento, pasó de dos por ciento a cinco por ciento visualizando un aumento del tres por ciento en comparación al estado anterior.

Conclusiones

El presente estudio se basó en diseñar un plan de mejoramiento de las redes empresariales para el crecimiento de la empresa Ciber Papelería “punto de encuentro” como herramienta de apoyo para la incorporación de las nuevas tecnologías por lo que se determinó que:

- Respecto al diagnóstico de la situación actual de la empresa Ciber Papelería, para determinar los puntos críticos en conformidad a su entorno y frente a sus competidores, se emplearon tres entrevistas al administrador y dos colaboradores de la empresa en los que se evidenció que; la empresa no propone acciones para mejorar la calidad. No planifica estrategia de ventas y crecimiento, sus políticas residen solo en un precio accesible para el cliente, pues sólo se enfocan en reunir características de acuerdo al precio y no a la calidad.
- En cuanto al establecimiento de acciones de mejoramiento de las redes empresariales y medir el impacto en cuanto a su crecimiento económico a partir de la implementación de estrategias apoyadas en las nuevas tecnologías aplicando la cadena de valor, se determinaron estrategias de innovación de tecnología, basada en la incorporación de teclados para personas no videntes, quienes se sirven de los servicios de la empresa Ciber Papelería con el fin de ayudar a las personas no videntes, para que puedan hacer uso de las computadoras con una mayor eficiencia al momento de solicitar el servicio. Así mismo se plantearon estrategias de afiliación empresarial (redes), en donde la empresa realizará una alianza con la empresa privada Ecuador Virtual IT, para la virtualización de infraestructura tecnológica, soporte y seguridad de la información de los procesos de la empresa Ciber Papelería, con el fin de optimizar y actualizar los sistemas y equipos de cómputos de la

empresa, y así fomentar el crecimiento tecnológico y buen funcionamiento de sus servicios a los clientes internos y externos de la empresa.

- Finalmente se formuló un plan de mejoramiento para las áreas administrativa, producción y mercadeo de la empresa Ciber Papelería.

Recomendaciones

- Se recomienda que la empresa Ciber Papelería debe acogerse a la propuesta de mejoramiento para las áreas administrativa, producción y mercadeo, con el fin de alcanzar los objetivos de crecimiento, aumento de ventas y competitividad en el mercado.
- Se recomienda una constante actualización de manera periódica de aproximadamente de seis a doce meses el plan de mejora continua propuesto para la empresa, atendiendo nuevos problemas o aquellos que requieran una reestructura por el crecimiento.
- Se recomienda evaluación constante de los objetivos y resultados de la compañía.
- Finalmente se evidencia la expansión de productos para la optimización e incrementos de las ventas.

Referencias Bibliográficas

- AEC. (27 de abril de 2022). Asociación Española para la Calidad. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/diagrama-de-causa-efecto>
- Becerra, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación teórica. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 18, núm. 32, julio-diciembre, , 27-45.
- Centty, D. B. (2006). Manual Metodologico para el investigador científico. Arequipa: Facultad de Economía UNSA.
- Godínez, J. (2017). Redes empresariales: asimetrías y opciones de aprendizaje. Análisis Económico, vol. XV, núm. 31, primer semestre, 2000, 165-183. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/413/41303107.pdf>
- Guasch Petit, A. (2002). Modelado y simulación: aplicación a procesos logísticos de fabricación y servicios. Barcelona: Ediciones de la Universidad Politécnica de Catalunya.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Juran, J. M. (2007). Juran y el liderazgo para la calidad: manual para ejecutivos. Madrid: Ediciones Díaz Santos.
- Lozano. (2018). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n68/n68a14.pdf>

Pineda, & Cárdenas. (2014). Implementación de Mejora Continua Aplicando la Metodología PHVA de la empresa International Bakery SAC. Obtenido de https://www.usmp.edu.pe/PFII/pdf/20141_8.pdf

Robles. (2017). Capítulo V. Retrieved from Control y Mejora continua de los procesos: http://www.ehpo.es/Procesos/GUIA_DISENO_MEJORA/5.pdf

Romero. (2010). El uso del diagrama causa-efecto en el análisis de casos. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/270/27018888005.pdf>

Sánchez. (2019). Asturias Corporación Universitaria. Retrieved from La Mejora Continua: https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/aseguramiento_calidad/unidad1_pdf2.pdf

Anexos

Figura No. 6

Permiso de funcionamiento – LUAE



**GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA
EL EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES
ECONÓMICAS(LUAE)**

2021



EL GAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, CONFIERE LA PRESENTE LICENCIA

Número Trámite	2021RENWEBLUAE112997	RAET(N° Patente)	564439
Número Licencia	326527	Predio Local	767310
Razón Social	SIMALUISA MASABANDA MERCY GRACIELA	Procedimiento	Simplificado - CATEGORIA 1
Nombre Comercial	CYBER PAPELERIA PUNTO DE ENCUENTRO		
Número RUC	1724247653001		
Dirección	TURUBAMBA - BELLAVISTA SUR / E8H / LT-1536 / S53A		

Código CIIU	Actividad Económica	No. ICUS
J619004	ACTIVIDADES DE REVENTA DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES (SÚMINISTRO DE SERVICIOS TELEFÓNICOS Y DE INTERNET EN INSTALACIONES ABIERTAS AL PÚBLICO: CABINAS TELEFÓNICAS Y CIBERCAFÉS.)	382504 CB2
G47610301	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE PAPELERÍA COMO LÁPICES, BOLÍGRAFOS, PAPEL, ETCÉTERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.	382505 CB1A

VIGENCIA HASTA: 6/30/2022

AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE
 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS: 1552482237251

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o reglas técnicas que le hubiere sido aplicable.

El establecimiento queda sujeto a supervisiones periódicas de las condiciones de funcionamiento.

El documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, 23 de octubre del 2021

Andrea Ramos L.

Lcda. Andrea Pamela Ramos Lozada
Administración Zonal QUITUMBE

Nota. Trámite orientado a la emisión del Permiso de Funcionamiento a locales y establecimientos regulados por el Ministerio del Gobierno de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” por Vega, L. (2022)

Figura No. 7

Patente de la empresa *Ciber Papelería*

Dirección Metropolitana Tributaria
ADMINISTRACIÓN GENERAL

DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE
Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito: 28 de January de 2022
Año Tributación: 2022

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre del 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero del 2012, que regula el sentido de aplicación de cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:	Cédula de Identidad
SIMALUISA MASABANDA MERCY GRACIELA	1724247653001
No. RAET:	Fecha Constitución
564439	09/02/2020

ESTABLECIMIENTOS

ACTIVIDAD ECONÓMICA	FECHA CIERRA
ESTABLECIMIENTO 1 MATRIZ ACTIVIDADES DE REVENTA DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES (SUMINISTRO DE SERVICIOS TELEFÓNICOS Y DE INTERNET EN INSTALACIONES ABIERTAS AL PÚBLICO: CABINAS TELEFÓNICAS Y CIBERCAFÉS.)	

IMPUESTOS GENERADOS

TASA AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO	\$4.00
MULTA POR PRESENTACIÓN TARDÍA	\$0.00
DERECHO DE PATENTE ANUAL	\$40.00
TASA POR PRESTACION DE SERVICIOS ARTESANOS	\$0.00
VALOR A PAGAR	\$ 44,00

Nota. Declaración de sus respectivos impuestos de la empresa ciber papelería “punto de encuentro” Vega, L. (2022)

Figura No. 8

Registro Único de Contribuyentes de la empresa Ciber Papelería

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		SRI ...le hace bien al país	
NÚMERO RUC:	1724247653001	DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO Y SOGALIFERA	
APELLIDOS Y NOMBRES:	SIMALUISA MASABANDA MERCY GRACIELA		
NOMBRE COMERCIAL:	CYBER PAPELERIA PUNTO DE ENCUENTRO		
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	S/N	NÚMERO:	S/N
FEC. NACIMIENTO:	25/08/1993	FEC. INICIO ACTIVIDADES:	02/09/2020
FEC. INSCRIPCIÓN:	02/09/2020	FEC. ACTUALIZACIÓN:	02/09/2020
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL			
J61900401 ACTIVIDADES DE REVENTA DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES (SUMINISTRO DE SERVICIOS TELEFÓNICOS Y DE INTERNET EN INSTALACIONES ABIERTAS AL PÚBLICO: CABINAS TELEFÓNICAS Y CIBERCAFÉS.)			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
Provincia: PICHINCHA Canton: QUITO Parroquia: TURUBAMBA Calle: E8H Numero: LT-1536 Interseccion: S53A Referencia: A TRES CUADRAS DE LOS TANQUES DE AGUA, Email: gmercy18@hotmail.com Celular: 09986955292			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
* DECLARACIÓN DE IVA			
<p>Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gov.ec. Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual. Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.</p>			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	1	ABIERTOS	1
JURISDICCIÓN	1 ZONA 91 PICHINCHA	CERRADOS	0
Código: RIMRUC2020002593080		GRUPO DE EMPRESAS SRI	

Nota. Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria por Vega, L. (2022).