



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR - LOJA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERA EN MARKETING**

**“PLAN DE MARKETING PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE  
POSICIONAMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR PARA LA EMPRESA PHITEL  
SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA., EN LA CIUDAD DE LOJA”**

**IÑIGUEZ IÑIGUEZ MAGDA JACKELINE**

**DIRECTORA:  
MGS. SILVIA JARAMILLO LUZURIAGA**

**DICIEMBRE 2015  
LOJA – ECUADOR**

Yo, **Magda Jackeline Iñiguez Iñiguez**, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado anteriormente por ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado en la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

---

**Magda Jackeline Iñiguez Iñiguez**  
C.C. 1105637944

Yo, **Mgs. Silvia Jaramillo Luzuriaga**., certifico que conozco a la autora del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad como autenticidad, como de su contenido.

---

**Mgs. Silvia Jaramillo Luzuriaga**  
DIRECTORA DE TESIS

*Primeramente quiero dedicar este trabajo a Papito Dios, por darme la vida, sabiduría, entendimiento y paciencia para lograr esta meta; a mis padres que los amo con mi vida, Wilson y Magda que gracias a su ejemplo de amor y perseverancia he logrado todo lo que tengo hasta hoy; a mis hermanas, hermanos y a sus queridas esposas por el ánimo que me brindaron, a mis pequeños sobrinos que me inspiran vivir día a día, a mis queridas amigas que son incondicionales, y en fin a todas las personas que me ayudaron para poder alcanzar esta tan anhelada meta. Simplemente Gracias.*

***Magda Jackeline***

*Mi agradecimiento va dirigido a todas las personas que me ayudaron a desarrollar este trabajo, especialmente a mis familiares que con su apoyo moral contribuyeron a que siga adelante.*

*A la Universidad Internacional del Ecuador, que me permitió poder estudiar y prepararme para mi futuro profesional, y seguidamente a Silvia Jaramillo Luzuriaga. Mg. Sc., que fue una guía para el progreso de la presente.*

*A la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., por su paciencia y confianza al permitirme realizar la presente investigación.*

*Gracias a todos quienes contribuyeron que pudiera alcanzar esta meta.*

***Magda Jackeline***

## Resumen

El sector empresarial se enfrenta a la toma de decisiones que implican consecuencias de diferentes ámbitos y requieren tener en cuenta situaciones políticas, económicas, tecnológicas y sociales a las que están expuestas. La falta de conocimiento y de práctica, hace que las empresas no realicen un Plan de Marketing para el posicionamiento, tanto de la empresa como de los productos y servicios que ofrecen a los usuarios.

En la presente investigación, se ejecutará un Plan de Marketing para la realización de una campaña de posicionamiento y creación de valor para la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., de la ciudad de Loja, con la finalidad de ganar mercado y lograr posicionar a la empresa a través de la publicidad por medio de redes sociales y correo electrónico.

Para la presente tesis se aplicó el Método Deductivo que fue utilizado para describir los conceptos, definiciones, leyes o normas que rigen el tema como: marketing, plan de marketing, calidad de servicio, posicionamiento en el mercado, valor agregado, segmentación de mercado, telecomunicaciones, servicios, tecnología; así como: Matriz PEST, Matriz Diamante de Porter, Matriz Perfil competitivo, Matriz EFE y EFI, Matriz FODA, Matriz Alto Impacto, permitiendo examinar los temas generales para el desarrollo de la investigación; así como también el Método Inductivo que se utilizó para analizar la investigación obtenida mediante las técnicas de: **encuesta** (entidades públicas y privadas), **encuesta** a los empleados de la empresa como son: secretaria, contadora, dos instaladores; y **entrevista** al gerente general de Phitel Cía. Ltda.

## **Abstract**

The business sectors are making decisions with consequences of different areas in the administration. That kind of decisions requires taking different ways as economic, technological, social and political Situations. They are exposed for lack of knowledge and practice; it means that companies do not make a plan for the positioning to users.

In this project, We made a plan for conducting a campaign positioning for the Philter Services and Technology Cía. Ltda., from the city of Loja, in order to gain market share and position the company to Achieve Through advertising through social networks and email.

For This thesis, I used the deductive method to describe the concepts, definitions, laws or regulations applied Governing the issue as: marketing, marketing plan, quality of service, market positioning, value added, market segmentation, telecommunications, services, technology; and Matrix PEST, Porter Diamond Matrix, Matrix competitive profile, EFI and EFE Matrix, SWOT Matrix, Matrix High Impact, generally discuss issues Allowing for the development of research; as well as the inductive method was used to analyze the research techniques Obtained Through: survey (public and private), employee survey company such as: secretary, accountant, two installers; CEO interview Phitel and Cia. Ltda.

**“PLAN DE MARKETING PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE  
POSICIONAMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR PARA LA EMPRESA PHITEL  
SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA., EN LA CIUDAD DE LOJA”**

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| <b>Resumen.....</b>                | <b>v</b>  |
| <b>Abstract .....</b>              | <b>vi</b> |
| Índices de Cuadros .....           | xii       |
| Índices de Gráficos .....          | xv        |
| Índices de Anexos .....            | xviii     |
| <b>Introducción .....</b>          | <b>1</b>  |
| <b>Fundamentación teórica.....</b> | <b>3</b>  |
| ✓ Marco referencial .....          | 3         |
| ▪ Misión: .....                    | 4         |
| ▪ Visión: .....                    | 5         |
| ▪ Valores corporativos: .....      | 5         |
| ▪ Productos y servicios:.....      | 5         |
| Servicios:.....                    | 5         |
| Productos:.....                    | 7         |
| ▪ Políticas de la empresa .....    | 7         |
| <b>Marco Teórico .....</b>         | <b>8</b>  |
| ➤ Mercadotecnia .....              | 8         |

|  |           |
|--|-----------|
| ➤ Marketing .....                            | 8         |
| ➤ Planeación de Marketing .....              | 8         |
| ➤ Calidad en el Servicio .....               | 8         |
| ➤ Valor Agregado .....                       | 9         |
| ➤ Segmentación de mercado.....               | 9         |
| ➤ Posicionamiento en el mercado.....         | 9         |
| ➤ Mezcla de Marketing.....                   | 10        |
| ➤ Matriz PEST.....                           | 11        |
| ➤ Matriz Diamante de Porter .....            | 11        |
| ➤ Matriz Perfil Competitivo .....            | 12        |
| ➤ La matriz EFE .....                        | 14        |
| ➤ La matriz EFI .....                        | 14        |
| ➤ Matriz FODA .....                          | 14        |
| ➤ Matriz Alto Impacto .....                  | 15        |
| <b>Metodología de la Investigación .....</b> | <b>17</b> |
| ✓ Métodos.....                               | 17        |
| ▪ Método Deductivo.....                      | 17        |
| ▪ Método Inductivo .....                     | 18        |
| ✓ Técnicas.....                              | 18        |
| ▪ Observación directa.....                   | 18        |
| ▪ La entrevista .....                        | 18        |

|   |           |
|---|-----------|
| ▪ La encuesta.....  | 19        |
| <b>Capítulo 1 .....</b>   | <b>21</b> |
| <b>1. Encuestas dirigida a los empleados y a los clientes de la empresa y entrevista al gerente general de Phitel Cía. Ltda. ....</b> | <b>21</b> |
| A) Encuesta aplicada a los clientes internos de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la ciudad de Loja23                                  |           |
| B) Entrevista aplicada al Gerente General de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la Ciudad de Loja .....                                 | 43        |
| C) Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la Ciudad de Loja.....  | 49        |
| <b>Capítulo 2 .....</b>   | <b>67</b> |
| <b>2. Análisis Interno .....</b>  | <b>67</b> |
| • Misión .....  | 71        |
| • Visión .....  | 71        |
| • Valores Corporativos.....   | 72        |
| • Políticas de la empresa .....   | 72        |
| • Reglamento interno .....  | 72        |
| • Beneficios que tienen los empleados.....  | 73        |
| • Obligaciones del empleado .....   | 73        |
| • Organigrama de la empresa.....  | 74        |
| • Personal de la empresa .....  | 74        |

|   |            |
|---|------------|
| • Productos y servicios.....  | 78         |
| • Precio.....   | 80         |
| • Plaza .....   | 81         |
| • Promoción .....   | 81         |
| • Publicidad.....   | 81         |
| <b>Capítulo 3 .....</b>   | <b>82</b>  |
| <b>3.Análisis externo .....</b>   | <b>82</b>  |
| Matriz PEST .....   | 83         |
| Matriz diamante de Porter .....   | 92         |
| Matriz de perfil competitivo.....   | 96         |
| Matriz de perfil competitivo.....   | 96         |
| <b>Capítulo 4 .....</b>   | <b>98</b>  |
| <b>4.Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del entorno.....</b> | <b>98</b>  |
| Matriz Foda .....   | 98         |
| Evaluación de Factores Internos (EFI).....                                  | 100        |
| Evaluación de Factores Externos (EFE).....                                  | 101        |
| Matriz de Alto Impacto .....  | 102        |
| <b>Capítulo 5 .....</b>   | <b>103</b> |
| 5. Desarrollo de Objetivos Estratégicos y Presupuesto.....                  | 103        |
| Estrategias resultantes de la combinación FO, FA, DO, DA .....              | 104        |

**Conclusiones..... 147**

**Recomendaciones..... 148**

Bibliografía..... 149

## Índices de Cuadros

|   |    |
|---|----|
| <b>Cuadro N° 1</b> - Números de Clientes Enero 2014 hasta Abril 2015..... | 19 |
| <b>Cuadro N° 2</b> - Números de Empleados .....                           | 20 |
| <b>Cuadro N° 3</b> - Sexo .....   | 23 |
| <b>Cuadro N° 4</b> - Ocupación .....                                      | 24 |
| <b>Cuadro N° 5</b> –Tiempo laborando .....                                | 25 |
| <b>Cuadro N° 6</b> - Cuenta .....   | 26 |
| <b>Cuadro N° 7</b> - Gusto .....  | 27 |
| <b>Cuadro N° 8</b> - Logotipo.....  | 28 |
| <b>Cuadro N° 9</b> - Calificación de servicio .....                       | 29 |
| <b>Cuadro N° 10</b> - Importancia en el servicio.....                     | 30 |
| <b>Cuadro N° 11</b> - Motivación.....                                     | 31 |
| <b>Cuadro N° 12</b> - Capacitación.....                                   | 32 |
| <b>Cuadro N° 13</b> - Tipo de capacitación .....                          | 33 |
| <b>Cuadro N° 14</b> - Base de datos .....                                 | 34 |
| <b>Cuadro N° 15</b> - Base de datos completa.....                         | 35 |
| <b>Cuadro N° 16</b> - Competencia .....                                   | 36 |
| <b>Cuadro N° 17</b> - Productos sustitutos .....                          | 37 |
| <b>Cuadro N° 18</b> - Publicidad .....                                    | 38 |
| <b>Cuadro N° 19</b> - Anuncios publicitarios .....                        | 39 |
| <b>Cuadro N° 20</b> - Promociones.....                                    | 40 |
| <b>Cuadro N° 21</b> - Mejorar el servicio .....                           | 41 |
| <b>Cuadro N° 22</b> - FODA.....   | 42 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Cuadro N° 23</b> - Servicios utilizados .....                       | 49  |
| <b>Cuadro N° 24</b> - Calificación del servicio .....                  | 50  |
| <b>Cuadro N° 25</b> - Comparación con la competencia .....             | 51  |
| <b>Cuadro N° 26</b> - Aspectos se debe mejorar .....                   | 52  |
| <b>Cuadro N° 27</b> - Motivo que se adjudicó el contrato.....          | 53  |
| <b>Cuadro N° 28</b> - Cumplimiento con lo contratado.....              | 54  |
| <b>Cuadro N° 29</b> - Prorroga .....                                   | 55  |
| <b>Cuadro N° 30</b> - Implementación de nuevas estrategias.....        | 56  |
| <b>Cuadro N° 31</b> - Uso de los servicios .....                       | 57  |
| <b>Cuadro N° 32</b> - Logotipo.....                                    | 58  |
| <b>Cuadro N° 33</b> - Cuenta .....                                     | 59  |
| <b>Cuadro N° 34</b> - Cancelar por los servicios .....                 | 60  |
| <b>Cuadro N° 35</b> - Ubicación .....                                  | 61  |
| <b>Cuadro N° 36</b> - Anuncios publicitarios .....                     | 62  |
| <b>Cuadro N° 37</b> - Medio de comunicación.....                       | 63  |
| <b>Cuadro N° 38</b> - Responsabilidad con el medio ambiente.....       | 64  |
| <b>Cuadro N° 39</b> - Recomendación.....                               | 65  |
| <b>Cuadro N° 40</b> – Fortalezas y debilidades .....                   | 66  |
| <b>Cuadro N° 41</b> - Matriz Pest .....                                | 83  |
| <b>Cuadro N° 42</b> - Composición de la población: Total nacional..... | 88  |
| <b>Cuadro N° 43</b> - Matriz Diamante de Porter.....                   | 92  |
| <b>Cuadro N° 44</b> - Matriz de Perfil Competitivo .....               | 96  |
| <b>Cuadro N° 45</b> – Matriz FODA .....                                | 99  |
| <b>Cuadro N° 46</b> – Matriz EFI .....                                 | 100 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Cuadro N° 47</b> – Matriz EFE .....                             | 101 |
| <b>Cuadro N° 48</b> – Matriz de Alto Impacto .....                 | 102 |
| <b>Cuadro N° 49</b> – Estrategia N° 1 – Productos o Servicios..... | 105 |
| <b>Cuadro N° 50</b> – Presupuesto .....                            | 106 |
| <b>Cuadro N° 51</b> – Estrategia N° 2 – Precio .....               | 107 |
| <b>Cuadro N° 52</b> – Lista de precios .....                       | 112 |
| <b>Cuadro N° 53</b> – Presupuesto .....                            | 115 |
| <b>Cuadro N° 54</b> – Estrategia N° 3 – Plaza.....                 | 116 |
| <b>Cuadro N° 55</b> – Presupuesto .....                            | 119 |
| <b>Cuadro N° 56</b> – Estrategia N° 4 – Plaza.....                 | 120 |
| <b>Cuadro N° 57</b> – Presupuesto .....                            | 125 |
| <b>Cuadro N° 58</b> - Estrategia N° 5 – Publicidad .....           | 126 |
| <b>Cuadro N° 59</b> – Presupuesto .....                            | 142 |
| <b>Cuadro N° 60</b> – Estrategia N° 6 – Capacitación.....          | 143 |
| <b>Cuadro N° 61</b> – Capacitación.....                            | 145 |
| <b>Cuadro N° 62</b> – Presupuesto .....                            | 145 |
| <b>Cuadro N° 63</b> – Presupuesto .....                            | 146 |

## Índices de Gráficos

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura N° 1</b> – Logo .....                         | 3  |
| <b>Figura N° 2</b> -Mezcla de Marketing.....            | 10 |
| <b>Figura N° 3</b> – Matriz PEST .....                  | 11 |
| <b>Figura N° 4</b> - Matriz Diamante de Porter .....    | 12 |
| <b>Figura N° 5</b> - Matriz del Perfil Competitivo..... | 13 |
| <b>Figura N° 6</b> – Matriz FODA.....                   | 15 |
| <b>Figura N° 7</b> – Matriz Alto Impacto .....          | 16 |
| <b>Figura N° 8</b> - Sexo .....                         | 23 |
| <b>Figura N° 9</b> - Puesto .....                       | 24 |
| <b>Figura N° 10</b> - Tiempo laborando.....             | 25 |
| <b>Figura N° 11</b> –Cuenta.....                        | 26 |
| <b>Figura N° 12</b> – Gusto.....                        | 27 |
| <b>Figura N° 13</b> – Logotipo.....                     | 28 |
| <b>Figura N° 14</b> – Calificación de servicio .....    | 29 |
| <b>Figura N° 15</b> – Importancia en el servicio.....   | 30 |
| <b>Figura N° 16</b> – Motivación.....                   | 31 |
| <b>Figura N° 17</b> – Capacitación .....                | 32 |
| <b>Figura N° 18</b> - Tipo de capacitación.....         | 33 |
| <b>Figura N° 19</b> –Base de datos .....                | 34 |
| <b>Figura N° 20</b> –Base de datos completa.....        | 35 |
| <b>Figura N° 21</b> –Competencia .....                  | 36 |
| <b>Figura N° 22</b> - Productos sustitutos.....         | 37 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura N° 23</b> –Publicidad .....                          | 38  |
| <b>Figura N° 24</b> –Anuncios publicitarios .....              | 39  |
| <b>Figura N° 25</b> –Promociones .....                         | 40  |
| <b>Figura N° 26</b> - Mejorar el servicio.....                 | 41  |
| <b>Figura N° 27</b> –Servicios utilizados.....                 | 49  |
| <b>Figura N° 28</b> –Calificación del servicio .....           | 50  |
| <b>Figura N° 29</b> –Comparación con la competencia.....       | 51  |
| <b>Figura N° 30</b> - Aspectos se debe mejorar .....           | 52  |
| <b>Figura N° 31</b> –Motivo que se adjudicó el contrato.....   | 53  |
| <b>Figura N° 32</b> –Cumplimiento con lo contratado .....      | 54  |
| <b>Figura N° 33</b> – Prorroga .....                           | 55  |
| <b>Figura N° 34</b> –Implementación de nuevas estrategias..... | 56  |
| <b>Figura N° 35</b> –Uso de los servicios .....                | 57  |
| <b>Figura N° 36</b> –Logotipo.....                             | 58  |
| <b>Figura N° 37</b> –Cuenta.....                               | 59  |
| <b>Figura N° 38</b> –Cancelar por los servicios.....           | 60  |
| <b>Figura N° 39</b> –Ubicación.....                            | 61  |
| <b>Figura N° 40</b> –Anuncios publicitarios .....              | 62  |
| <b>Figura N° 41</b> –Medio de comunicación.....                | 63  |
| <b>Figura N° 42</b> –Recomendación.....                        | 65  |
| <b>Figura N° 43</b> - Logo.....                                | 68  |
| <b>Figura N° 44</b> - Fibra óptica.....                        | 70  |
| <b>Figura N° 45</b> - Logo.....                                | 93  |
| <b>Figura N° 46</b> – Logo.....                                | 108 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura N° 47</b> – Ubicación.....                            | 113 |
| <b>Figura N° 48</b> – Macro localización.....                   | 118 |
| <b>Figura N° 49</b> – Micro localización .....                  | 119 |
| <b>Figura N° 50</b> – Macro localización.....                   | 122 |
| <b>Figura N° 51</b> – Micro localización .....                  | 123 |
| <b>Figura N° 52</b> – Macro localización.....                   | 124 |
| <b>Figura N° 53</b> – Micro localización .....                  | 125 |
| <b>Figura N° 54</b> – Página de Facebook .....                  | 128 |
| <b>Figura N° 55</b> – Información de la Página de Facebook..... | 129 |
| <b>Figura N° 56</b> – Fotos .....                               | 129 |
| <b>Figura N° 57</b> – Noticias relevantes.....                  | 130 |
| <b>Figura N° 58</b> – Invitar amigos .....                      | 130 |
| <b>Figura N° 59</b> – Creación de la página.....                | 132 |
| <b>Figura N° 60</b> – Verificación .....                        | 132 |
| <b>Figura N° 61</b> – Páginas de interés .....                  | 133 |
| <b>Figura N° 62</b> - Recomendaciones.....                      | 133 |
| <b>Figura N° 63</b> – Página de inicio.....                     | 134 |
| <b>Figura N° 64</b> – Perfil .....                              | 134 |

## Índices de Anexos

|   |     |
|---|-----|
| <b>Anexo 1</b> - Encuesta aplicada a los Clientes Internos de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la ciudad de Loja..... | 154 |
| <b>Anexo 2</b> - Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la ciudad de Loja .....         | 158 |
| <b>Anexo 3</b> - Entrevista aplicada al Gerente General de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la ciudad de Loja.....    | 162 |
| <b>Anexo 4</b> - Objetivos.....   | 164 |
| <b>Anexo 5</b> - Certificación .....  | 165 |

## **Introducción**

Una telecomunicación es toda transmisión y recepción de señales de cualquier naturaleza, típicamente electromagnéticas, que contengan signos, sonidos, imágenes o, en definitiva, cualquier tipo de información que se desee comunicar a cierta distancia.

Las telecomunicaciones son una infraestructura básica del contexto actual. Pero además, la telecomunicación constituye hoy en día un factor social y económico de gran relevancia.

El presente trabajo fue desarrollado con el ánimo de fomentar la investigación y aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de estudio que me brindó la Universidad Internacional del Ecuador, aplicado especialmente al análisis interno de la empresa para reconocer la falta de posicionamiento de la empresa en la localidad.

Hago constar que el presente trabajo está basado en metodología como es el Método Deductivo, donde se muestra los conceptos, definiciones y teorías fundamentales de la administración, marketing, estudios de mercados; dichos conceptos ayudó al mejor entendimiento de lo que se quiere lograr con el desarrollo del mismo. También incluye el Método Inductivo que se utilizó para analizar la investigación obtenida mediante las técnicas de encuestas dirigidas a los clientes y empleados de la empresa, así como la entrevista realizada al gerente de Phitel Cía. Ltda.

En el primer capítulo se presenta el desarrollo de las encuestas y entrevistas realizadas a los clientes, empleados y gerente, respectivamente; lo que permite conocer la parte interna de la empresa.

El segundo capítulo muestra el análisis interno de la empresa es decir se habla sobre la historia, la misión, visión, valores corporativos, normas y reglamentos, políticas de la empresa, organigrama, manual de funciones., así como de los productos y servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., a la ciudadanía y las empresas públicas y privadas.

En el tercer capítulo se analiza la parte externa de la empresa, por medio de las Matrices PEST, Diamante de Porter y Perfil competitivo, por medio de estas matrices permite conocer los factores que afectan y ayudan a la empresa a desarrollarse en el mercado, así como conocer las oportunidades y amenazas que están alrededor de la empresa.

El cuarto capítulo se trata del Análisis de la Matriz Foda, Efi, Efe y Alto Impacto, donde contiene las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del entorno, así como análisis interno y externo de la empresa.

Y finalmente, en el quinto capítulo es el desarrollo de los objetivos estratégicos y el presupuesto para la realización de la campaña de posicionamiento y creación de valor para la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., en la ciudad de Loja.

## Fundamentación teórica

### ✓ Marco referencial

**Figura N° 1 – Logo**



Fuente: Phitel Cía. Ltda.

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., nace en la ciudad de Loja-Ecuador, a los 5 días del mes de mayo del año 2009, debido a la necesidad que tiene la ciudad en soluciones y servicios eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones; así como la venta al por menor de aparatos y equipos de comunicación, incluido partes y piezas; creada con el fin de satisfacer las más altas exigencias de orden tecnológico en el país.

Al ser una empresa innovadora en diseño y planificación de diferentes sistemas, de manera continua aplica los últimos avances tecnológicos a nuestras soluciones y servicios.

Con la voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada, siendo los ejecutores de la idea los ingenieros Giovanni Patricio Celi Loja y Edison Francisco Romero Cueva, domiciliados en la ciudad de Loja.

Los principales competidores que tiene Phitel Cía. Ltda., en la ciudad de Loja: Surectel Ingeniería y Proyectos Cía. Ltda., Sharplink Cía. Ltda., Castellana Telecomunicaciones.

Los clientes de la empresa son las **entidades públicas** como: Consejo de la Judicatura de Loja, Gobierno Provincial de Loja, Vialsur E.P., Hospital de Solca, y **entidades privadas** como: Edificio Calypso, Edificio Celi, Universidad Técnica Particular de Loja, Banco de Loja y Constructora Berlemaq.

Los principales proveedores son: Martel Cía. Ltda., Almacén Juan Montero Cía. Ltda., Intcomex Ecuador, Sistemas de Seguridad.

Los productos sustitutos que tiene los servicios de la empresa es la **fibra óptica** es un medio de transmisión físico capaz de brindar velocidades y distancias superiores a las de cualquier otro medio de transmisión (cobre e inalámbricos).

- **Misión:**

Somos una empresa innovadora en diseño y planificación de diferentes sistemas, de manera continua, aplicamos los últimos avances tecnológicos a nuestras soluciones y servicios. Brindamos soluciones eficaces que permitirán a nuestros clientes su integración con las exigencias vanguardistas en innovación tecnológica.

- **Visión:**

Ser la empresa líder de telecomunicaciones y servicios tecnológicos de la región sur del Ecuador en ofrecer, diseño, planificación, asesoría, construcción, administración y mantenimiento de diferentes sistemas eléctricos, electrónicos, y de telecomunicaciones.

- **Valores corporativos:**

- Trabajamos en equipo.
- Responsabilidad y Temple.
- Actuamos con integridad.
- Estamos comprometidos con el servicio.

- **Productos y servicios:**

**Servicios:**

**Sistemas Eléctricos:**

- Redes eléctricas en baja, media y alta tensión.
- Sistemas de control automático industrial.
- Sistemas de UPS y regulación de voltaje.

**Sistemas electrónicos:**

- Sistemas de detección de incendios.
- Sistemas de intrusión.
- Sistemas de video vigilancia interna y externa IP y Análoga.

- Sistemas de control de personal y control de acceso.
- Sistemas de sonorización interna y externa.
- Sistemas de video y sonido profesional.
- Sistemas de Tv por cable.
- Sistemas de llamado a enfermeras, etc.

**Telefonía:**

- Acometidas telefónicas, redes telefónicas internas.
- Equipamiento en centrales telefónicas analógicas, digitales e IP.
- Servidores de comunicaciones sobre plataforma de voz IP.
- Sistemas de telefonía inalámbrica.
- Redes de planta externa.

**Radiocomunicación:**

- Sistemas de Radiofrecuencia para comunicación de voz y datos.

**Cableado Estructurado:**

- Sistemas de cableado estructurado.
- Redes de Fibra Óptica.
- Cable UTP categoría 5e, 6, 6a, 7.
- Gabinetes y racks metálicos de toda medida.
- Canaletas decorativas y accesorios.
- Cable coaxial, cable telefónico y fibra óptica.
- Provisión y montaje de equipos de red (switches, routers, etc.).

- Pruebas de certificación de cableado estructurado.

### **Networking:**

- Diseño y Administración de redes de datos (LAN, WAN, MAN).
- Redes inalámbricas.
- Seguridad en redes.
- Mantenimiento y configuración de redes.
- Redes Wi-Fi.
- Configuración de equipos activos.

### **Productos:**

- La venta al por menor de aparatos y equipos de comunicación, incluido partes y piezas.

#### **▪ Políticas de la empresa**

- Estamos comprometidos con la seguridad y el cuidado de las personas que integran nuestra compañía. Entendemos que la seguridad y la salud en nuestro ambiente laboral es un valor prioritario.

- Estamos comprometidos con el desarrollo armonioso y sostenible de la sociedad y con el cuidado activo del medio ambiente.

- Estamos comprometidos en entregar soluciones a la medida de los clientes, que satisfagan sus necesidades en forma eficiente, innovadora y a la vanguardia de la tecnología, sustentando sus operaciones en personal calificado y comprometido con la mejora continua.

## Marco Teórico

### ➤ **Mercadotecnia**

El Dr. Philip Kotler define **la mercadotecnia** como “la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias” (Hernandez, 2012).

### ➤ **Marketing**

“Proceso social y gerencial por lo que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otros” (Kotler & Armstrong, Marketing, 2001).

### ➤ **Planeación de Marketing**

“La planeación de marketing implica decidir que estrategias de marketing ayudarán a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos generales. Se requiere un plan de marketing detallado para cada ramo, producto o marca” (ute.edu.ec, 2002).

### ➤ **Calidad en el Servicio**

Según Kotler & Armstrong (2001), la calidad en el servicio es lo que el cliente percibe al obtener un servicio, es decir cumple todas sus expectativas, ligadas con el valor para los clientes y su satisfacción. La calidad se define como “ausencia de defectos”, pero las

empresas ven más allá de esta definición, es decir brindan un valor agregado para construir fidelidad en sus clientes (kotler & Armstrong, Fundamentos de MArketing, 2003).

➤ **Valor Agregado**

Según Kotler & Armstrong (2001), el valor agregado es el plus adicional que se da en un servicio, es decir es la diferencia entre los valores que el cliente obtiene al usar un producto o servicio y los costos de obtener dicho producto o servicio (kotler & Armstrong, Marketing, 2001).

➤ **Segmentación de mercado**

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores” (Romero, Sánchez, & Tafoya, 2012).

➤ **Posicionamiento en el mercado**

“Hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta. Formular un posicionamiento competitivo para un producto y una mezcla de marketing detallada” (kotler & Armstrong, Marketing, 2001).

### ➤ Mezcla de Marketing

“Conjunto de herramientas de marketing tácticas y controlables producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.” (kotler & Armstrong, Marketing, 2001).

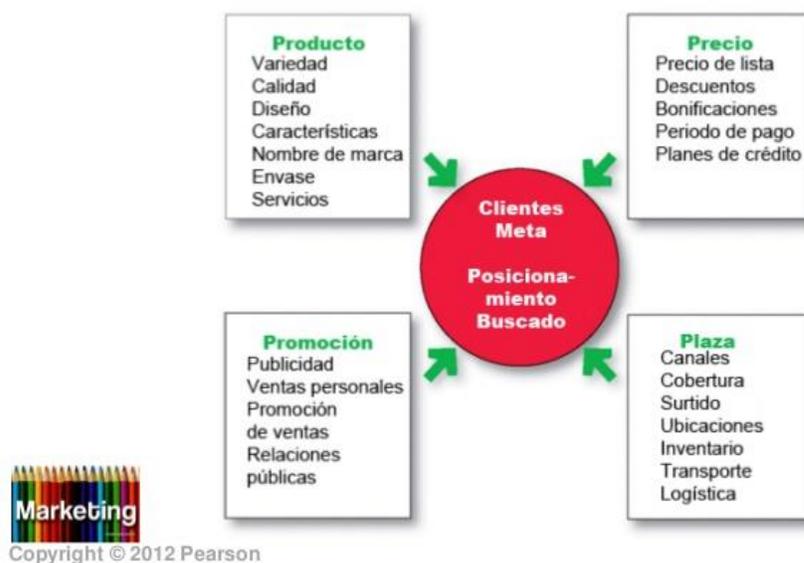
**Producto:** Se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta.

**Precio:** Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto.

**Plaza:** Incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

**Promoción:** Comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo (kotler & Armstrong, Marketing, 2001).

**Figura N° 2 -Mezcla de Marketing**



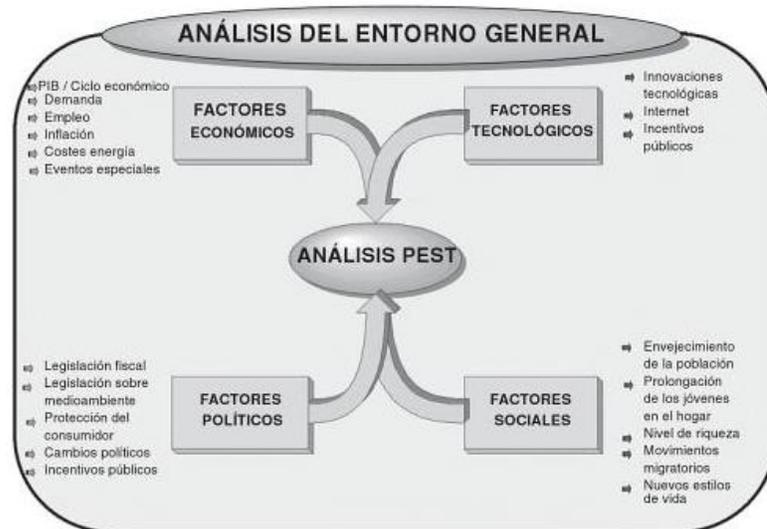
**Fuente:** (kotler, SlideShare, 2012)

### ➤ **Matriz PEST**

“La metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera de control de la empresa, pero que pueden desarrollar si desarrollo futuro” (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012).

En el análisis PEST definiremos cuatro factores clave que pueden tener una influencia directa sobre la evolución del negocio, como son: factores políticos, factores económicos, factores sociales y demográficos y finalmente los factores tecnológicos.

**Figura N° 3– Matriz PEST**



Fuente: (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012)

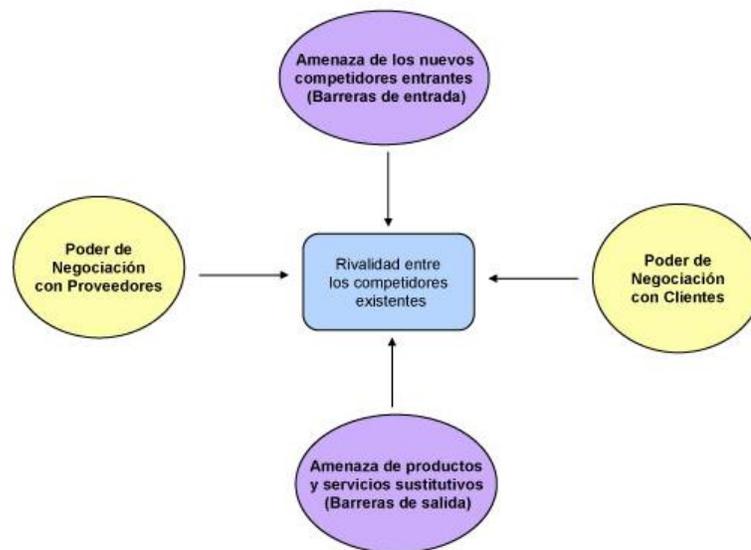
### ➤ **Matriz Diamante de Porter**

“El modelo de las cinco fuerzas de competencia es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias. La intensidad de la competencia entre las empresas varía en gran medida en función de las industrias” (Fred R., 2003).

Según Porter, la naturaleza de la competitividad en una industria determinada es vista como el conjunto de cinco fuerzas:

- Rivalidad entre empresas competidoras.
- Entrada potencial de nuevos competidores.
- Desarrollo potencial de productos sustitutos.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los consumidores.

**Figura N° 4- Matriz Diamante de Porter**



Fuente:(Sanjuan, 2013)

### ➤ Matriz Perfil Competitivo

“El propósito de la matriz es ubicar el lugar que ocupan las diferentes variables externas inmediatas en su afectación sobre el sistema organizacional en análisis” (Zabala Salazar, 2005).

Para la elaboración de la matriz de perfil competitivo se debe seguir el siguiente procedimiento:

1. Identificar los factores decisivos de éxito en el sector del cual hace parte la organización analizada.
2. Ponderar los factores.
3. Clasificar las variables.
4. Realizar la comparación entre competidores.

Como resultado final de la evaluación interna se “condensa en un conjunto de fortalezas y oportunidades clasificadas en orden de importancia con base en su ponderación final” (Zabala Salazar, 2005).

**Figura N° 5 - Matriz del Perfil Competitivo**

| Factor clave de éxito       | Ponderación | Empresa 1     |            | Empresa 2     |            | Empresa 3     |            |
|-----------------------------|-------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
|                             |             | Clasificación | Resultado  | Clasificación | Resultado  | Clasificación | Resultado  |
| Participación en el mercado | 0,1         | 2             | 0,2        | 3             | 0,3        | 4             | 0,4        |
| Precio                      | 0,1         | 3             | 0,3        | 2             | 0,2        | 3             | 0,3        |
| Posición financiera         | 0,1         | 1             | 0,1        | 1             | 0,1        | 2             | 0,2        |
| Calidad                     | 0,3         | 4             | 1,2        | 3             | 0,9        | 3             | 0,9        |
| Lealtad del consumidor      | 0,2         | 1             | 0,2        | 2             | 0,4        | 1             | 0,2        |
| Responsabilidad             | 0,2         | 4             | 0,8        | 1             | 0,2        | 2             | 0,4        |
| <b>Totales</b>              | <b>1,0</b>  |               | <b>2,8</b> |               | <b>2,1</b> |               | <b>2,4</b> |

Fuente: (Zabala Salazar, 2005)

➤ **La matriz EFE**

Según Brenes Bonilla (2004), la matriz de Evaluación de Factores Externos EFE incluye las oportunidades y amenazas que se consideran claves. Como resultado, se obtiene una calificación para la empresa de 1 a 4, la cual se compara con el promedio del sector institucional. Este desarrollo que integra y mezcla factores claves del éxito, ponderación y calificación se considera un paso determinante en la evolución del método, y por ende se convierte en un instrumento cuantitativo y subordinado a los factores claves de éxito. (Brenes Bonilla, 2004).

➤ **La matriz EFI**

Según Brenes Bonilla (2004), la matriz Evaluación de Factores Internos EFI se desarrolla iniciando con la lista de fortalezas y debilidades. En segunda instancia, se asigna un peso de 0.0 a 1.0 a cada una de ellas, relacionando cada característica con un peso relativo para el éxito en la industria y posteriormente se califica cada característica de acuerdo con el criterio de fortaleza o debilidad menor y fortaleza o debilidad mayor, asignando números del 1 al 4; la calificación se refiere a la organización (Brenes Bonilla, 2004).

➤ **Matriz FODA**

El FODA es un análisis hacia adentro y hacia afuera de la organización, un diagnóstico que se realiza con el propósito de apreciar exactamente cuáles son los espacios de maniobra que se le ofrecen. Apunta a evitar riesgos, superar limitaciones, enfrentar los desafíos y aprovechar las potencialidades que aparecen en dicho análisis (Fundación Compromiso, 2005).

Según Fundación Compromiso (2005), determina en el aspecto interno, cuáles son las fortalezas y debilidades de una organización y para qué cosas está mejor preparada; por el contrario, en el aspecto externo se trata en realidad lo que la organización no controla ni conoce, estas son las debilidades y amenazas (Fundación Compromiso, 2005).

**Figura N° 6 – Matriz FODA**

|                         |  |   |
|-------------------------|--|---|
|                         | <b>Fortalezas</b>  | <b>Debilidades</b>  |
| <b>Análisis Interno</b> | ¿Cuáles son las fortalezas de mi empresa? ¿Cómo puedo potenciar las mismas?              | ¿Cuáles son las debilidades de mi empresa? ¿Cómo puede mitigar las mismas?                      |
|                         | <b>Oportunidades</b>   | <b>Amenazas</b>   |
| <b>Análisis Externo</b> | ¿Cuáles son las oportunidades en el mercado? ¿Cómo puedo aprovechar estas oportunidades? | ¿Cuáles son las oportunidades en el mercado? ¿Cómo puedo proteger mi empresa de estas amenazas? |

Fuente: (Conrado, 2010)

### ➤ **Matriz Alto Impacto**

La matriz de Alto Impacto engloba aspectos importantes:

**Impacto:** “Es el efecto esperado que va a tener la iniciativa en caso de ser implementada”, y **Viabilidad:** “Mide la complejidad de una iniciativa para ser implementada” (hernan@cbatwork.com, 2014).

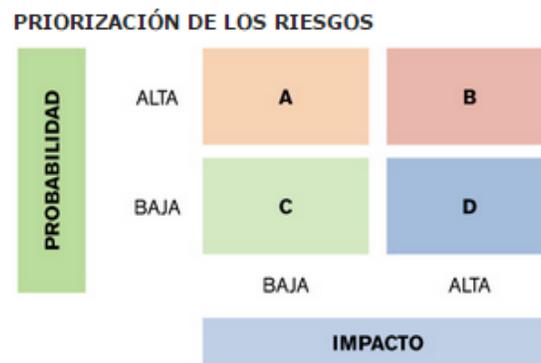
**Bajo Impacto / Baja Viabilidad:** Son aquellas ideas que NO se debe hacer, dado que el impacto que se espera es bajo y conlleva un alto grado de dificultad su implementación.

**Bajo Impacto / Alta Viabilidad:** Son ideas que se debe llevar a cabo rápidamente. Si bien cada una de estas ideas NO va a generar un gran impacto, su realización es sencilla y en el corto plazo se va a poder obtener resultados.

**Alto Impacto / Baja Viabilidad:** Son las grandes ideas de muy difícil realización.

**Alto Impacto / Alta Viabilidad:** Las ideas son tan escasas como valiosas. En caso de generar una idea así debemos aprovechar la oportunidad (hernan@cbatwork.com, 2014).

**Figura N° 7 – Matriz Alto Impacto**



Fuente: (hernan@cbatwork.com, 2014)

## **Metodología de la Investigación**

Para hacer posible la realización del trabajo de investigación denominado “PLAN DE MARKETING PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR PARA LA EMPRESA PHITEL SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA., EN LA CIUDAD DE LOJA”, se utilizó métodos, técnicas investigativas que permitió el análisis y desarrollo de la investigación.

### **✓ Métodos**

#### **▪ Método Deductivo**

“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de la aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (Bernal Torres, 2006)

Este método fue utilizado para presentar los conceptos, definiciones, leyes o normas que rige el tema como: marketing, plan de marketing, calidad de servicio, posicionamiento en el mercado, valor agregado, segmentación de mercado, telecomunicaciones, servicios, tecnología; así como: Matriz PEST, Matriz Diamante de Porter, Matriz Perfil competitivo, Matriz EFE, Matriz EFI, Matriz FODA, Matriz ALTO IMPACTO, permitiendo examinar los temas generales para el desarrollo de la investigación.

- **Método Inductivo**

“Consiste en basarse en anuncios singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencia para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías” (Cegarra Sánchez, 2012)

Este método se utilizó para analizar la investigación obtenida mediante las técnicas de: encuesta a los clientes (entidades públicas y privadas) y empleados de la empresa como son: secretaria, contadora, dos instaladores; y entrevista al gerente general de Phitel Cía. Ltda., y así se realizó la propuesta de los objetivos estratégicos y con ello se estableció las conclusiones y recomendaciones.

- ✓ **Técnicas**

Las técnicas que se aplicaron durante la investigación fueron:

- **Para el medio interno:**

- **Observación directa**

Por medio de esta técnica se hizo el análisis interno de la empresa, para saber cuál es el funcionamiento dentro de la misma; así como para conocer cuál es el proceso de instalación de cada servicio prestado.

- **La entrevista**

Se realizó un listado de preguntas para obtener información requerida para el desarrollo de la investigación, ésta fue dirigida al Ingeniero Giovanni Celi, Gerente de la empresa.

- **La encuesta**

Se aplicó a los empleados de la empresa tales como: secretaria, contadora, dos instaladores, para obtener información real y directa de la empresa.

- **Para el medio externo:**

**La encuesta** fue dirigida a los clientes de la empresa, tanto de entidades públicas y privadas de la ciudad de Loja, enfocada a 9 clientes que tiene la empresa desde Enero 2014 hasta abril de 2015; con esto se logró obtener la información precisa de lo que se está investigando.

**Cuadro N° 1 - Números de Clientes Enero 2014 hasta Abril 2015**

| N°                        | Clientes                               | Administrador del contrato   |
|---------------------------|--|------------------------------|
| <b>Entidades públicas</b> |  |                              |
| 1                         | Gobierno Provincial de Loja            | Ing. Rafael Almeida          |
| 2                         | Consejo de la Judicatura en Loja       | Ing. Oswaldo Castro          |
| 3                         | Vialsur EP                             | Ing. Eduardo Torres          |
| 4                         | Hospital de Solca                      | Departamento Tecnológico     |
| <b>Entidades privadas</b> |  |                              |
| 5                         | Universidad Técnica Particular de Loja | Departamento de Comunicación |
| 6                         | Edificio Celi                          | Sr. Ángel Celi               |
| 7                         | Edificio Calypso                       | Ing. Julio Luna              |
| 8                         | Banco de Loja                          | Departamento Técnico         |
| 9                         | Constructora Berlemaq                  | Ing. Byron Benavidez         |

**Fuente:** Base de datos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La autora

**Cuadro N° 2 - Números de Empleados**

| <b>N°</b> | <b>Nombres completos</b>           | <b>Cargo</b> |
|-----------|------------------------------------|--------------|
| 1         | Giovanny Patricio Celi Loja        | Gerente      |
| 2         | Magda Jackeline Iñiguez Iñiguez    | Secretaria   |
| 3         | Verónica Alexandra Iñiguez Iñiguez | Contadora    |
| 4         | Marlon Geovanny Brito Pardo        | Instalador   |
| 5         | Jorge Gustavo Zaruma Macas         | Instalador   |

**Fuente:** Empleados de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La autora

## Capítulo 1

### **1. Encuestas dirigida a los empleados y a los clientes de la empresa y entrevista al gerente general de Phitel Cía. Ltda.**

Este capítulo contiene las encuestas dirigidas a los empleados de la empresa para poder conocer el puesto que ocupa, si conoce o no la parte interna de la empresa, reconoce las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; así como también si es que él como empleado de Phitel Cía. Ltda., conoce los servicios que brinda, los proveedores y competidores de la misma, la publicidad o medios por donde se da a conocer la empresa como tal y los servicios que brinda a las entidades públicas y privadas. También incluye las encuestas dirigidas a los clientes que tiene Phitel Cía. Ltda., en la ciudad de Loja, esto permite conocer los servicios que han utilizado, cómo califican el servicio brindado, porque medios les gustaría conocer dichos servicios, dan a conocer las fortalezas y debilidades que tiene la empresa, así como también, explican porque han contratado los servicios y si cumplen con todo lo especificado.

Por otro lado, contiene la entrevista al gerente de la empresa, donde participa con la información interna y externa de Phitel Cía. Ltda., es decir cuenta con la misión, visión, valores corporativos, normas y reglamentos internos de la empresa, los productos y servicios que brinda, los proveedores y competidores de la empresa, el precio por cada servicio, los medios publicitarios; así como las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa frente al mercado local.

Toda la información de las encuestas a los clientes y empleados, como la entrevista al gerente general, ayudarán a la realización de los siguientes capítulos que son el análisis interno, análisis externo, la matriz FODA y la matriz de Alto Impacto.

**A) Encuesta aplicada a los clientes internos de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la ciudad de Loja**

**1. Sexo**

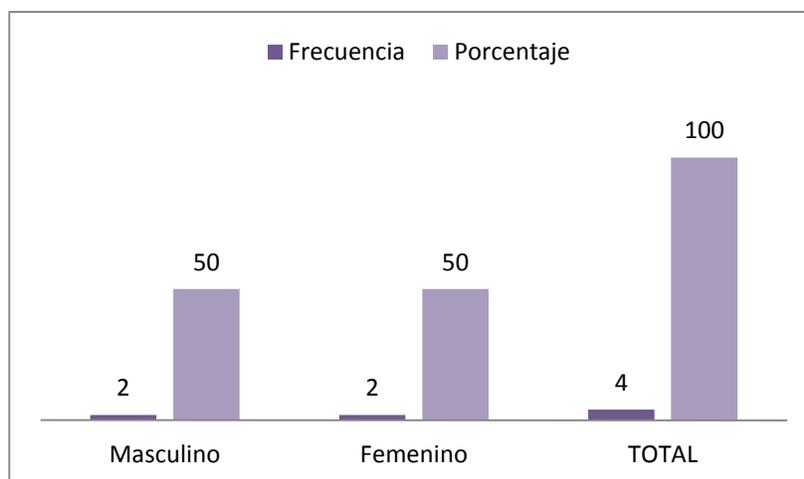
**Cuadro N° 3 - Sexo**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Masculino    | 2          | 50%         |
| Femenino     | 2          | 50%         |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 8- Sexo**



**Fuente:** Cuadro N° 3.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa muestra que el 50% de los que conforman la empresa son de sexo masculino y 50% de sexo femenino relativamente.

## 2. Puesto ocupa en la empresa

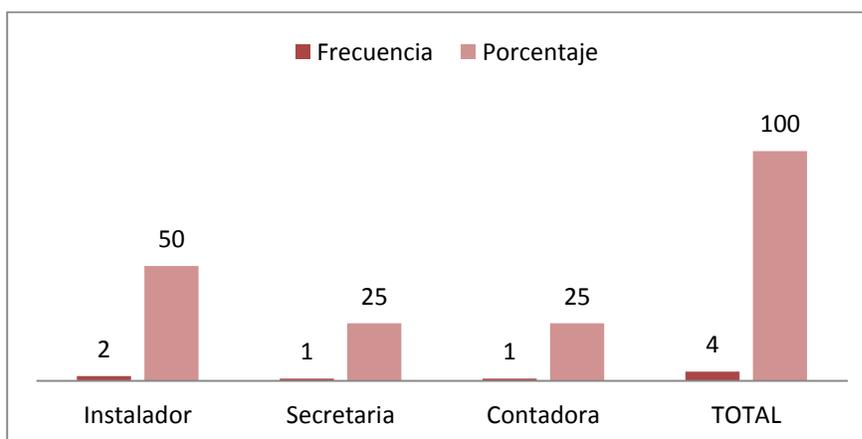
**Cuadro N° 4 - Ocupación**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Instalador   | 2          | 50%         |
| Secretaria   | 1          | 25%         |
| Contadora    | 1          | 25%         |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 9- Puesto**



**Fuente:** Cuadro N° 4.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa dan a conocer que el 50% corresponden al personal de apoyo que son los instaladores, con el fin de dar el mejor servicio a los clientes; y la diferencia de porcentaje va dirigido con el 25% a la secretaria y el 25% a la contadora, para dar apoyo y soporte a la administración de la empresa.

### 3. Tiempo trabajando en Phitel Cía. Ltda.

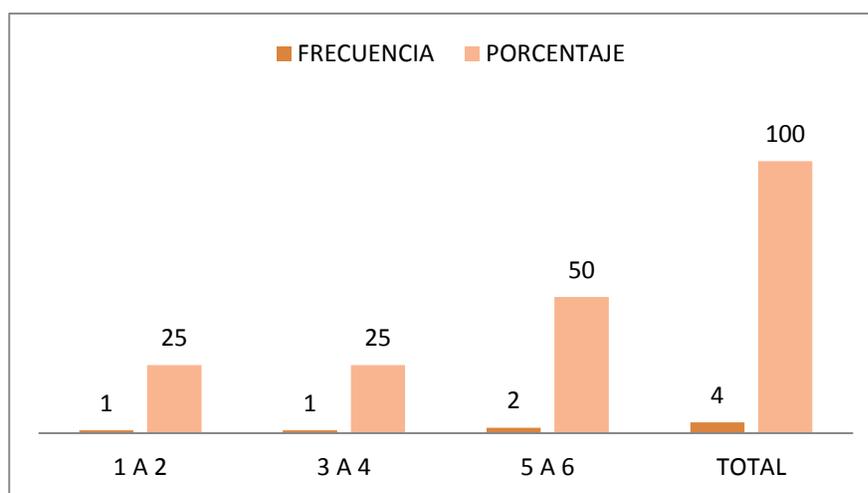
**Cuadro N° 5 –Tiempo laborando**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| 1 A 2 años   | 1          | 25%         |
| 3 A 4 años   | 1          | 25%         |
| 5 A 6 años   | 2          | 50%         |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 10- Tiempo laborando**



**Fuente:** Cuadro N° 5.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa dan a conocer que el 50% de los empleados van laborando de 5 a 6 años consecutivos, sintiéndose muy bien en la empresa por el ambiente laboral que tiene la misma, las demás personas se han ido integrando de acuerdo a como ha ido necesitando la empresa; el personal que labora en Phitel Cía. Ltda., se ha mantenido en la empresa porque tienen estabilidad laboral y se sienten bien en el puesto que desempeñan.

#### 4. La empresa cuenta

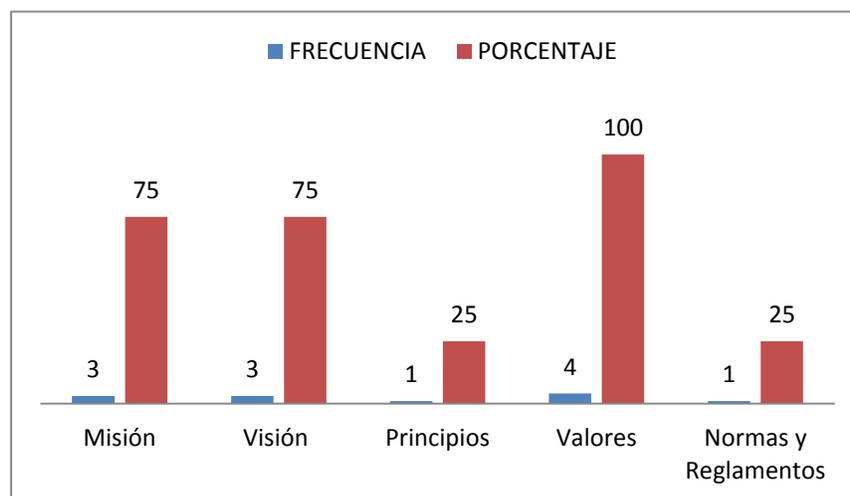
**Cuadro N° 6- Cuenta**

| Descripción          | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Misión               | 3          | 75%        |
| Visión               | 3          | 75%        |
| Principios           | 1          | 25%        |
| Valores              | 4          | 100%       |
| Normas y Reglamentos | 1          | 25%        |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 11-Cuenta**



**Fuente:** Cuadro N° 6.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se puede demostrar que lo que más conocen de la empresa son los valores corporativos con el 100%, seguidos de la misión y visión con el 75% relativamente, esto hace que los empleados en parte están integrados en la empresa para con esto desarrollar sus actividades principales con excelencia y calidad.

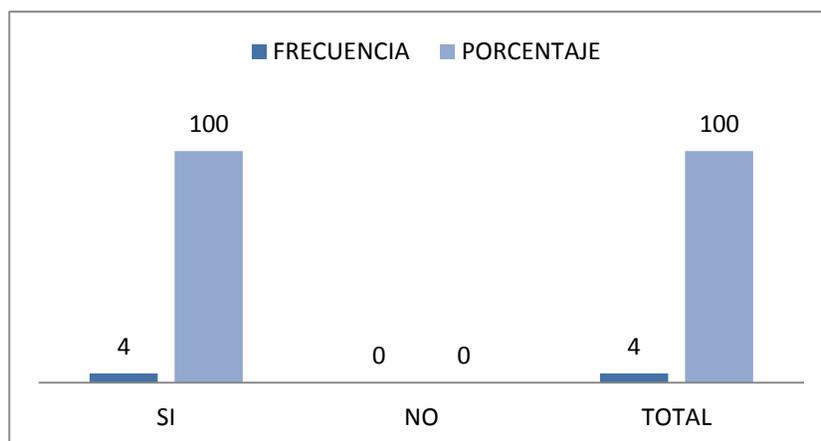
## 5. Se siente usted a gusto trabajando en la empresa

**Cuadro N° 7- Gusto**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 4          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.  
**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 12– Gusto**



**Fuente:** Cuadro N° 7.  
**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se puede demostrar que el 100% están trabajando a gusto en la empresa ya que ellos piensan que hay sentido de colaboración en sus miembros así como en los superiores, acotan también que existe un buen ambiente laboral dentro de la compañía lo que les hace que sigan laborando en la misma empresa.

## 6. ¿La empresa cuenta con un logotipo para promocionar el servicio?

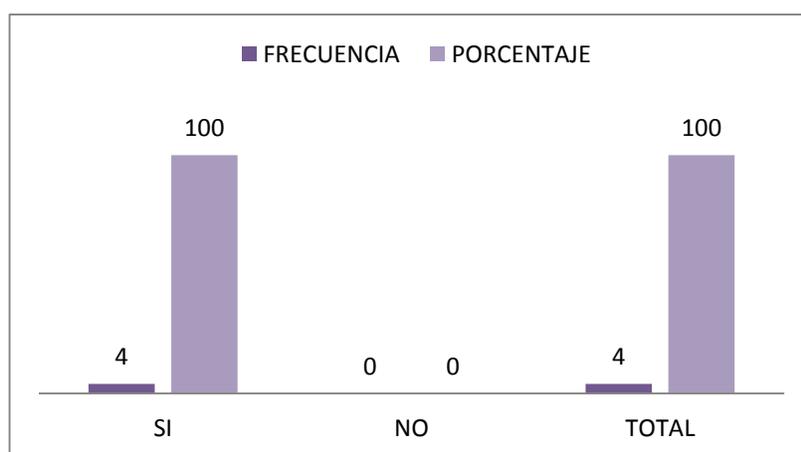
**Cuadro N° 8- Logotipo**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 4          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 13- Logotipo**



**Fuente:** Cuadro N° 8.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se puede demostrar que el 100% conocen el logotipo que lo identifica a Phitel Cía. Ltda.

## 7. Calificación del servicio

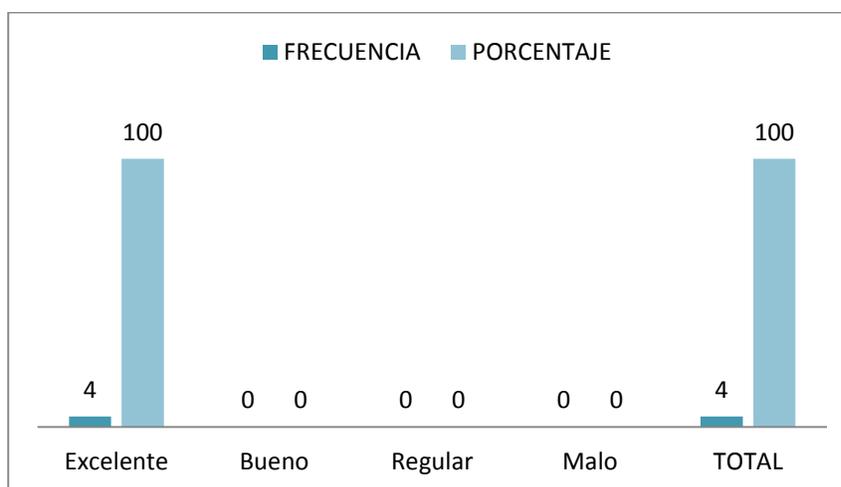
**Cuadro N° 9- Calificación de servicio**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente    | 4          | 100%        |
| Bueno        | 0          | 0%          |
| Regular      | 0          | 0%          |
| Malo         | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 14– Calificación de servicio**



**Fuente:** Cuadro N° 9.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se puede demostrar que el 100% califican el servicio de Phitel Cía. Ltda., como un servicio excelente que se brinda a las entidades públicas y privadas con el fin de satisfacer las necesidades que tienen las antes ya mencionadas.

## 8. Importancia en el servicio

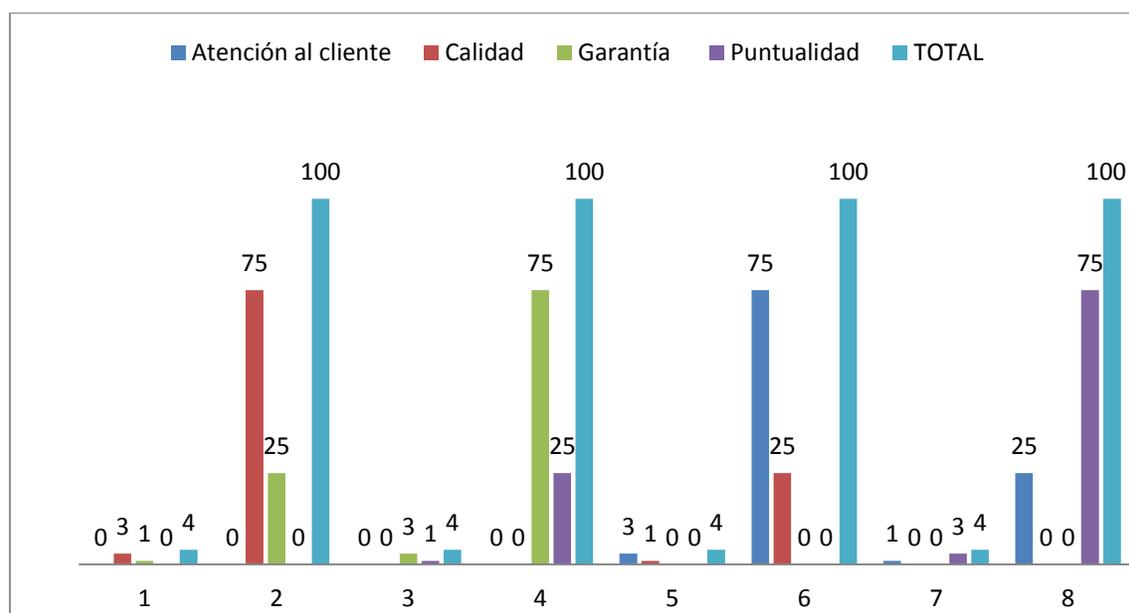
**Cuadro N° 10- Importancia en el servicio**

| Descripción         | Frec.    | %           | Frec.    | %           | Frec.    | %           | Frec.    | %           |
|---------------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| Atención al cliente | 0        | 0%          | 0        | 0%          | 3        | 75%         | 1        | 25%         |
| Calidad             | 3        | 75%         | 0        | 0%          | 1        | 25%         | 0        | 0%          |
| Garantía            | 1        | 25%         | 3        | 75%         | 0        | 0%          | 0        | 0%          |
| Puntualidad         | 0        | 0%          | 1        | 25%         | 0        | 0%          | 3        | 75%         |
| <b>Total</b>        | <b>4</b> | <b>100%</b> | <b>4</b> | <b>100%</b> | <b>4</b> | <b>100%</b> | <b>4</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 15– Importancia en el servicio**



**Fuente:** Cuadro N° 10.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se puede interpretar los puntos de vista de acuerdo a la importancia de los servicios; tres de cuatro empleados piensan que la calidad, la garantía y la atención al cliente es lo primordial ya que así se cumplirá con lo que está requiriendo el cliente.

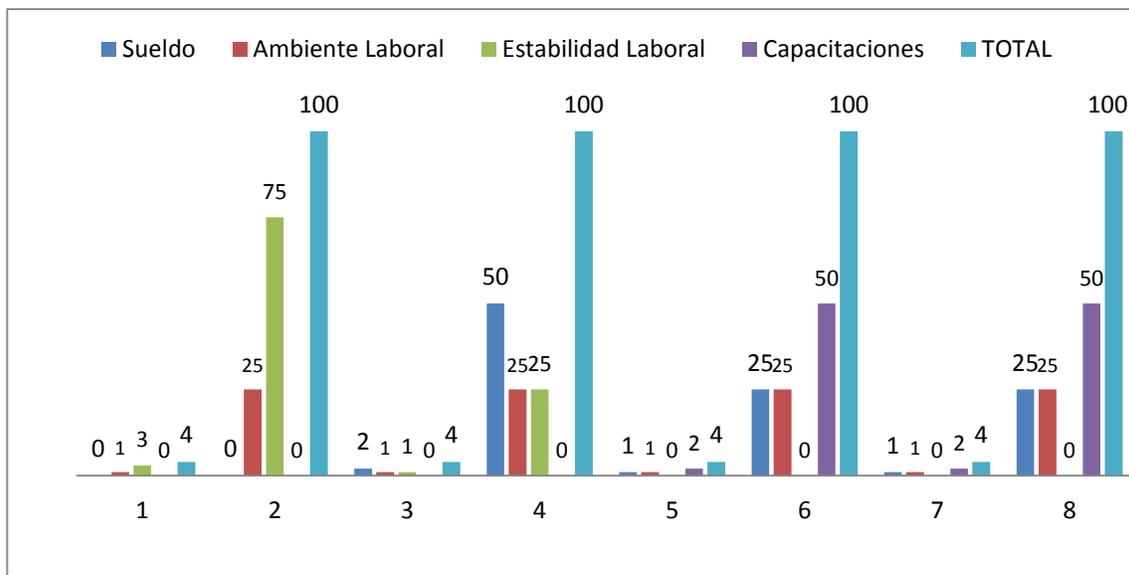
## 9. Motivación le ha brindado la empresa

**Cuadro N° 11- Motivación**

| Descripción         | Frec.    | %           | Frec.    | %           | Frec.    | %           | Frec.    | %           |
|---------------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| Sueldo              | 0        | 0%          | 2        | 50%         | 1        | 25%         | 1        | 25%         |
| Ambiente Laboral    | 1        | 25%         | 1        | 25%         | 1        | 25%         | 1        | 25%         |
| Estabilidad Laboral | 3        | 75%         | 1        | 25%         | 0        | 0%          | 0        | 0%          |
| Capacitaciones      | 0        | 0%          | 0        | 0%          | 2        | 50%         | 2        | 50%         |
| <b>Total</b>        | <b>4</b> | <b>100%</b> | <b>4</b> | <b>100%</b> | <b>4</b> | <b>100%</b> | <b>4</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.  
**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 16– Motivación**



**Fuente:** Cuadro N° 11.  
**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa manifestaron que lo que más les motiva de la empresa con un 75% es la estabilidad laboral que tienen en la misma, así como el sueldo que reciben mensualmente y las capacitaciones que les gustaría que les den con más frecuencia para el desempeño en sus labores a realizar.

## 10. Capacitaciones por parte de Phitel Cía. Ltda.

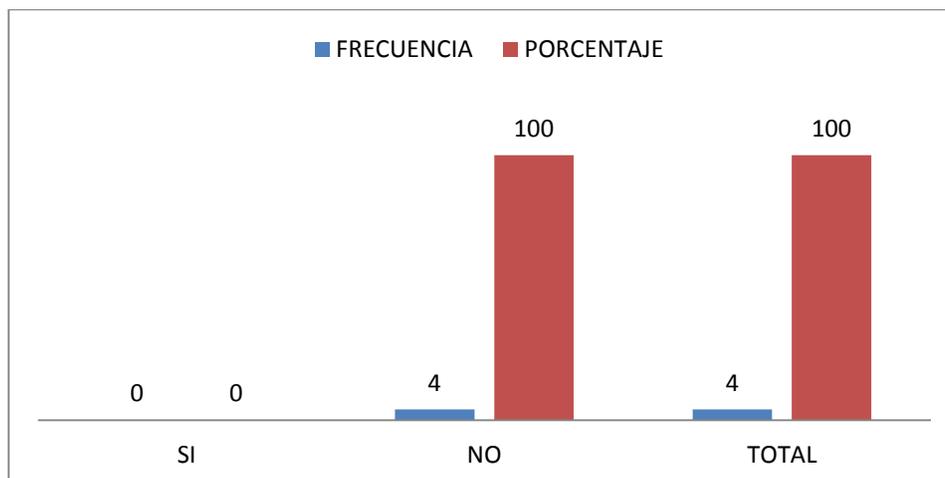
**Cuadro N° 12- Capacitación**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 0          | 0%          |
| No           | 4          | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 17– Capacitación**



**Fuente:** Cuadro N° 12.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa contestaron que ninguno de ellos había recibido capacitación de ningún tema en que les sirva para el desarrollo de sus actividades diarias, esto hace que sea una debilidad de la empresa.

## 11. Tipo de capacitación que le gustaría recibir

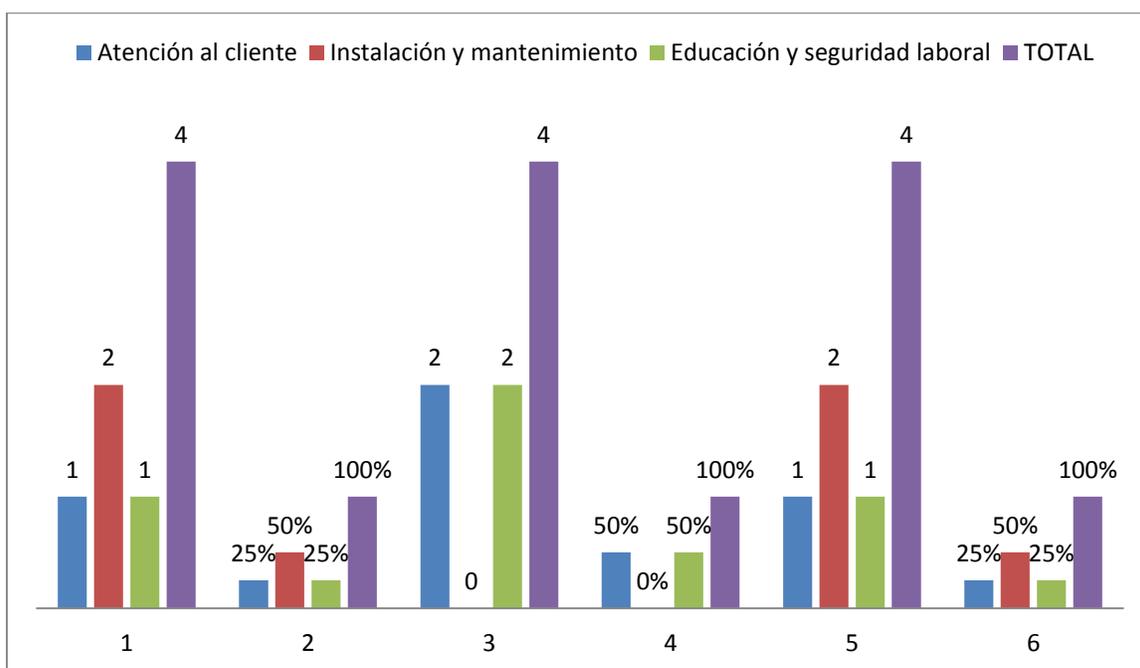
**Cuadro N° 13- Tipo de capacitación**

| Descripción                   | Frecuencia | %           | Frecuencia | %           | Frecuencia | %           |
|-------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| Atención al cliente           | 1          | 25%         | 2          | 50%         | 1          | 25%         |
| Instalación y mantenimiento   | 2          | 50%         | 0          | 0%          | 2          | 50%         |
| Educación y seguridad laboral | 1          | 25%         | 2          | 50%         | 1          | 25%         |
| <b>Total</b>                  | <b>4</b>   | <b>100%</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 18- Tipo de capacitación**



**Fuente:** Cuadro N° 13.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa manifestaron que el 50% quieren recibir capacitación relacionado a “Educación y seguridad laboral” y “Atención al cliente”; el otro 50% que corresponde a instaladores requieren capacitaciones de “Instalación y mantenimiento”, con el fin de tener conocimiento de lo que van a realizar.

## 12. Base de datos de los clientes

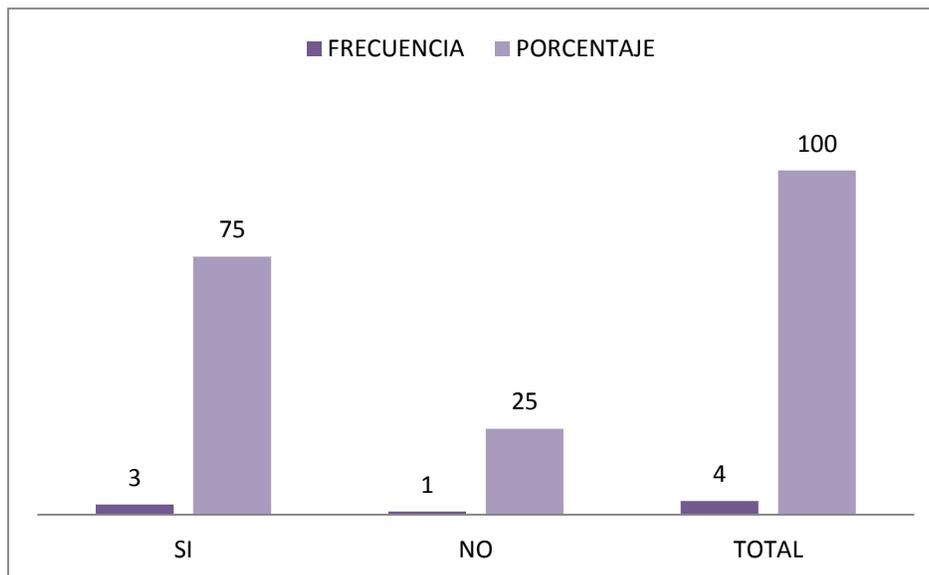
**Cuadro N° 14- Base de datos**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 3          | 75%         |
| No           | 1          | 25%         |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 19–Base de datos**



**Fuente:** Cuadro N° 14.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa expresaron que el 75% si conocen que existe una base de datos en la empresa ya que esto es de gran importancia y ayudará a realizar un seguimiento de los clientes, así como para saber si están o no a gusto como el servicio brindado.

### 13. Implementación de una base de datos completa de clientes

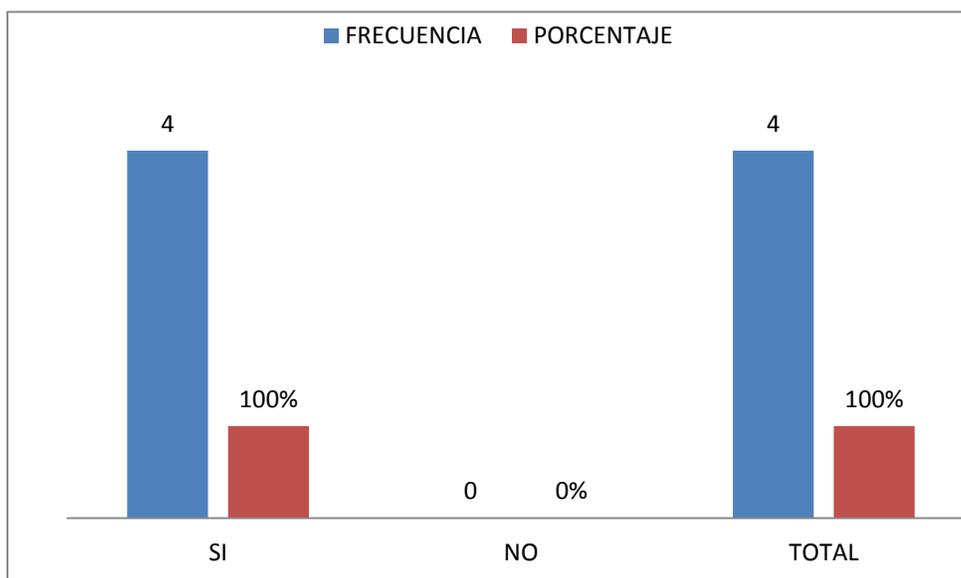
**Cuadro N° 15- Base de datos completa**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 4          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 20–Base de datos completa**



**Fuente:** Cuadro N° 15.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa manifestaron que el 100% creen que se debería implementar una base de datos completa para un mejor manejo de clientes; esto será una oportunidad para estar pendientes de lo que requieren las entidades.

## 14. Competencia directa de Phitel Cía. Ltda.

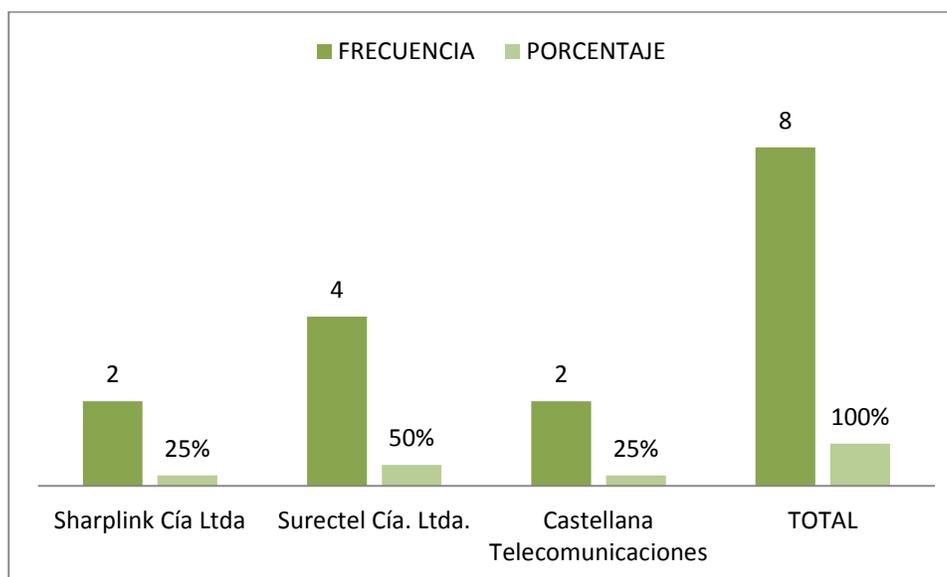
**Cuadro N° 16 - Competencia**

| Descripción                   | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Sharplink Cía. Ltda.          | 2          | 25%         |
| Surectel Cía. Ltda.           | 4          | 50%         |
| Castellana Telecomunicaciones | 2          | 25%         |
| <b>Total</b>                  | <b>8</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 21–Competencia**



**Fuente:** Cuadro N° 16.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa manifestó que Surectel Cía. Ltda., con el 50% es la competencia directa de Phitel Cía. Ltda., así como también la empresa Sharplink Cía. Ltda., y la empresa Castellana Telecomunicaciones, esta competencia nos hace que mejoremos en el servicio brindado para ser la principal empresa en la localidad.

## 15. Productos sustitutos de los sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones

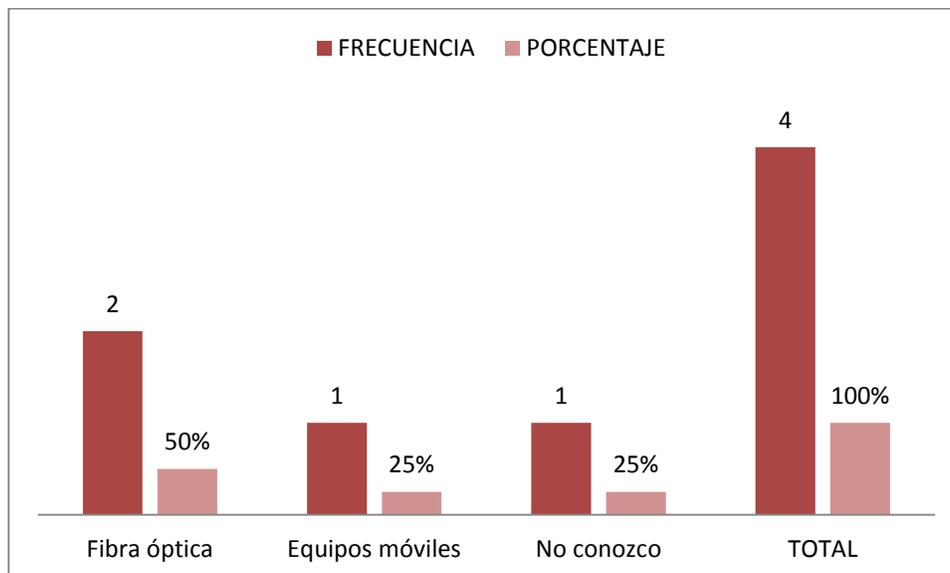
**Cuadro N° 17- Productos sustitutos**

| Descripción     | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------|------------|-------------|
| Fibra óptica    | 2          | 50%         |
| Equipos móviles | 1          | 25%         |
| No conozco      | 1          | 25%         |
| <b>Total</b>    | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 22 - Productos sustitutos**



**Fuente:** Cuadro N° 17.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se manifestó que el producto sustituto de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., es la fibra óptica con un 50%, los empleados deliberan que puede reemplazar el cableado estructurado y eléctrico por la fibra óptica.

## 16. Publicidad para dar a conocer sus servicios

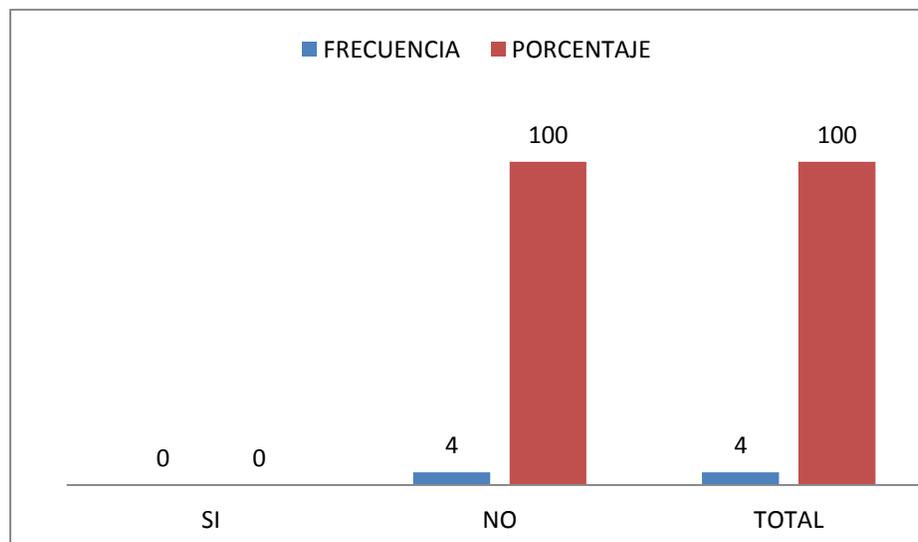
**Cuadro N° 18- Publicidad**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 0          | 0%          |
| No           | 4          | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 23–Publicidad**



**Fuente:** Cuadro N° 18.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se manifestó que el 100% no conoce la publicidad que Phitel Cía. Ltda., tiene para que las empresas o instituciones conozcan los servicios que ofrece.

## 17. Anuncios publicitarios

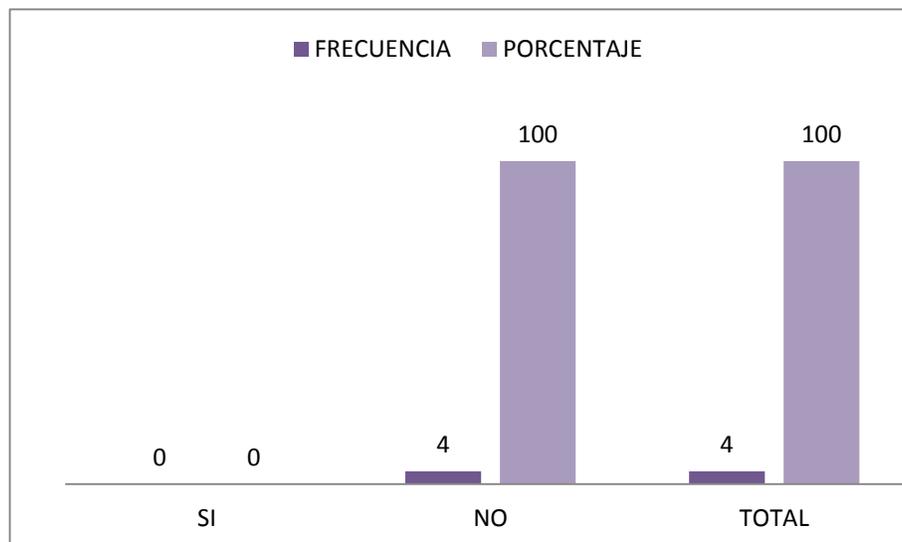
**Cuadro N° 19– Anuncios publicitarios**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 0          | 0%          |
| No           | 4          | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 24–Anuncios publicitarios**



**Fuente:** Cuadro N° 19.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se manifestó que el 100% no ha visto ni ha escuchado ningún anuncio publicitario acerca de los servicios que brinda la empresa, es por eso que es una debilidad que tiene. Se deberá implementar la publicidad para que se haga conocer la empresa como tal.

## 18. Promociones

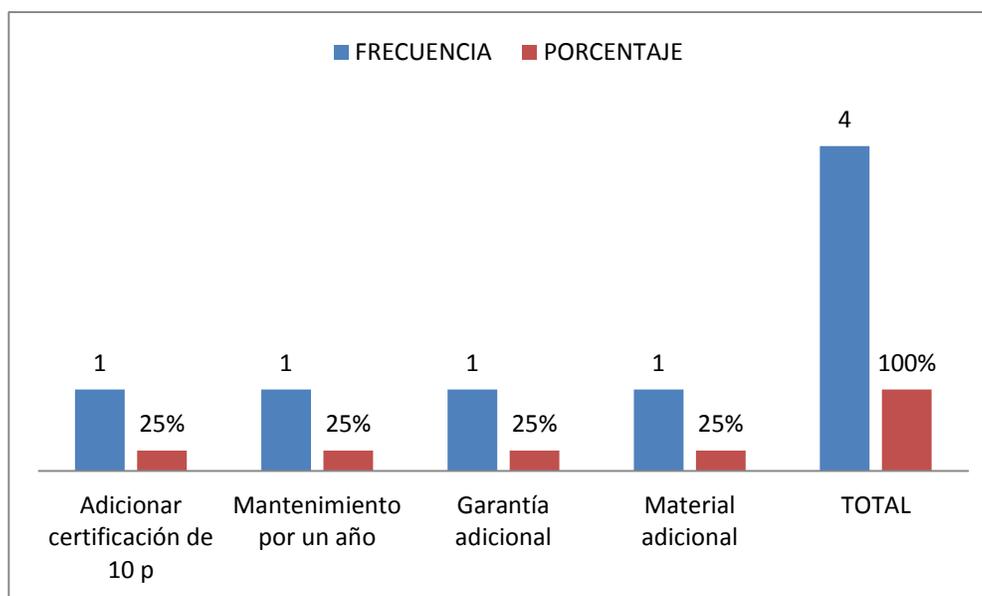
**Cuadro N° 20 - Promociones**

| Descripción                     | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------------------|------------|-------------|
| Adicionar certificación de 10 p | 1          | 25%         |
| Mantenimiento por un año        | 1          | 25%         |
| Garantía adicional              | 1          | 25%         |
| Material adicional              | 1          | 25%         |
| <b>Total</b>                    | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 25–Promociones**



**Fuente:** Cuadro N° 20.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa se manifestó que se podría dar promociones como: adicionar certificación de 10 puntos, mantenimiento por un año, garantía adicional y material adicional a los servicios que se está prestando a las entidades públicas y privadas.

## 19. Mejorar el servicio servicios que ofrece

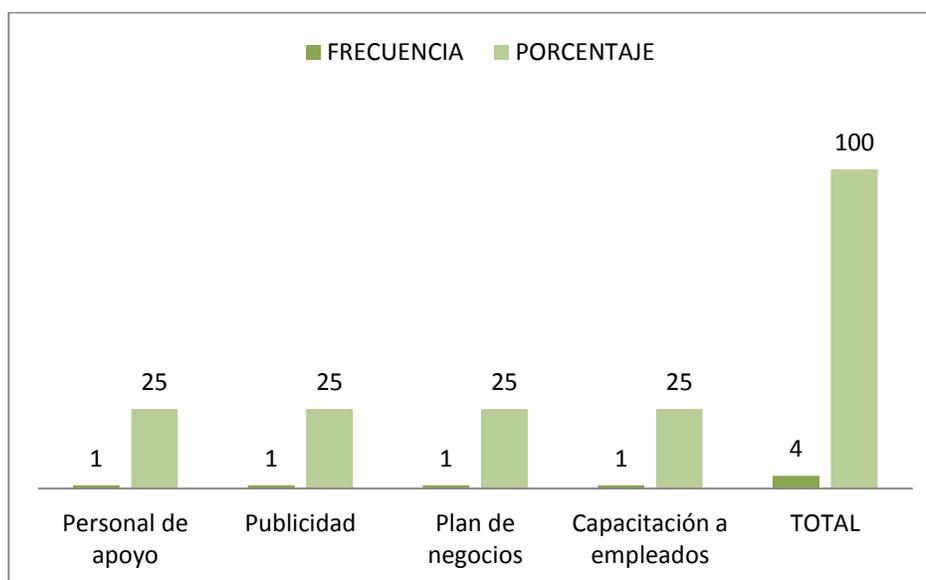
**Cuadro N° 21 - Mejorar el servicio**

| Descripción              | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------------|------------|-------------|
| Personal de apoyo        | 1          | 25%         |
| Publicidad               | 1          | 25%         |
| Plan de negocios         | 1          | 25%         |
| Capacitación a empleados | 1          | 25%         |
| <b>Total</b>             | <b>4</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 26- Mejorar el servicio**



**Fuente:** Cuadro N° 21.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa, dio a conocer que Phitel Cía. Ltda., necesita mejorar el servicio mediante el aumento del 25% tanto en el personal de apoyo como en la Publicidad, así también el 25% en un plan de negocios y capacitación hacia los empleados, respectivamente; esto hará que el servicio de la empresa mejore y que vaya creciendo de acuerdo a su experiencia y calidad.

## 20. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Phitel Cía. Ltda.

**Cuadro N° 22 - FODA**

| <b>Fortalezas</b>         | <b>Oportunidades</b>     | <b>Debilidades</b>    | <b>Amenazas</b>        |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------|------------------------|
| Mano de obra calificada   | Mercado poco explotado   | Falta de publicidad   | Salvaguardias          |
| Talento humano            | Contratación Pública     | Falta de capital      | Competencia            |
| Calidad en el servicio    | Fallas de la competencia | Personal de apoyo     | Inestabilidad política |
| Certificaciones en marcas | Precios competitivos     | Falta de capacitación | Cambios de gobierno    |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.  
**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los empleados de la empresa, dio a conocer que Phitel Cía. Ltda., cuenta con: Fortalezas que son muy importantes para mantenerse en el mercado y superar las expectativas de los clientes, estas son: mano de obra calificada, excelente grupo de talento humano, así como la calidad en el servicio con certificaciones en dichas marcas; Oportunidades que se aprovecharan para el mejoramiento del servicio como es: el mercado poco explotado en la localidad, la contratación pública mediante los diferentes procesos, fallas de la competencia y precios competitivos; por el contrario, existen Debilidades que deben mejorar como: la falta de publicidad y capacitación, falta de capital propio y del personal de apoyo; y finalmente existen Amenazas que puede provocar inestabilidad en la empresa, tales como la competencia, inestabilidad política, cambios de gobierno y por ultimo salvaguardias, estos factores afectan directamente en el mercado, teniendo en cuenta que la empresa tendrá que estar pendiente de lo antes mencionado, para lograr la estabilidad y posicionamiento de la empresa en la localidad.

**B) Entrevista aplicada al Gerente General de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la  
Ciudad de Loja**

**1. ¿La empresa cuenta con un plan de Marketing?**

La empresa Phitel Cía. Ltda., al momento no cuenta con un Plan de Marketing, debido a que no se ha dado ninguna oportunidad de hacerlo y por ende nos ha traído consecuencias como es de que no la conozcan a la empresa y que no haya publicidad de la misma.

**2. ¿La empresa cuenta con misión, visión, principios, valores corporativos, normas y reglamentos para el desarrollo de sus actividades?**

La empresa cuenta con la misión, visión, principios, valores corporativos, normas y reglamentos, ya que todos estos aspectos son muy importante para el desarrollo y crecimiento de la empresa; todos los que laboramos en la empresa estamos inmersos a esto ya que cada colaborador cumple con sus normas y reglamentos internos, y estamos enfocados precisamente en la misión y visión para saber dónde estamos y donde queremos llegar.

**3. ¿Al momento de ofrecer el servicio de instalación, mantenimiento y reparación de sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones que características sobresalen?**

En el momento que se realiza el servicio de instalación de todos los sistemas tanto de sistemas eléctricos, electrónicos y telecomunicaciones se toma en cuenta características muy importantes como es la calidad, buen servicio, estética, funcionalidad de los servicios

instalados, con todo esto se cumple con las especificaciones y queda satisfecha la necesidad que tenía cada institución o empresa.

#### **4. ¿Qué servicios realiza con más frecuencia?**

Lo que Phitel Cía. Ltda., realiza con más frecuencia es la instalación de Cableado estructurado y eléctrico en las instituciones que requieran del servicio.

#### **5. ¿Qué tiempo lleva Phitel Cía. Ltda., en el mercado lojano?**

Phitel Cía. Ltda., fue constituida en mayo de 2009, en la ciudad de Loja, esto debido a las ideas de los Ingenieros Giovanni Celi y Edison Romero, con el fin de cubrir las necesidades de las instituciones en cuanto a la rama de electrónica y telecomunicaciones. Phitel Cía. Ltda., cuenta con 6 años en el mercado lojano; cada día se esfuerza por ser una de las mejores empresas a nivel local y nacional.

#### **6. ¿La empresa cuenta con oficina propia?**

La empresa cuenta con oficina arrendada, localizada en el sector El Valle, en la avenida Orillas del Zamora s/n y Chone.

#### **7. ¿Phitel Cía. Ltda. Dispone de una base de datos de sus clientes?**

En la actualidad si cuenta con una base de datos de todos los clientes de la empresa, esto nos ayuda mucho para poder estar en contacto con ellos, y saber los requerimientos que tengan, así como para brindarles ayuda en cualquier necesidad, brindarles promociones y para mantenerlos comunicados de lo que Phitel Cía. Ltda., esta brindado a las instituciones y empresas.

**8. ¿Usted cree que se encuentra ubicado en un lugar estratégico con respecto a la competencia?**

Sí está ubicado en un lugar estratégico porque es un lugar fácil de ubicar, estacionamiento, comodidad, es una fortaleza ya que las demás empresas están ubicadas en el centro de la ciudad y les complica llegar a dichas empresas.

**9. ¿Quiénes cree que son sus principales competidores?**

Los principales competidores directos en la ciudad de Loja son las empresas: Surectel Cía. Ltda., Castellana Telecomunicaciones y Sharplink Cía. Ltda.

**10. ¿Cuáles son sus principales Proveedores?**

Los principales proveedores son Martel Cía. Ltda., Intcomex, Juan Montero, Megamicro SA, están empresas llevan bastante tiempo en el mercado ecuatoriano, lo cual nos provee todos los materiales y equipos que se necesitan para las instalaciones de los sistemas.

**11. ¿Quiénes son sus clientes principales?**

Los clientes principales son: Gobierno Provincial de Loja, Consejo de la Judicatura de Loja, UTPL, Vialsur EP, Hospital de Solca, Constructora Berlemaq, Banco de Loja, Edificio Calypso, Edificio Celi.

**12. ¿Qué diferencia principal posee su empresa con respecto a otras?**

Phitel Cía. Ltda., cuenta con ventajas que hace que se diferencie de la competencia como es el Personal técnico calificado, certificación en las marcas brindadas, garantías y soporte técnico, etc.

**13. ¿Cuál es el precio de cada uno de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.?**

Sistemas de cableado estructurado cat 6: 140 dólares

Sistemas de cableado estructurado cat 6 a: 190 dólares

Punto eléctrico: 80

Aparte los equipos activos que se vaya a utilizar dependen de marca y modelo.

**14. ¿Actualmente la empresa cuenta con publicidad?**

A la empresa solo se le hace publicidad por medio de redes sociales como Facebook, Twitter y la página web de la empresa. No se ha hecho publicidad por medios tradicionales.

**15. ¿Ejecuta acciones para promocionar los servicios que oferta Phitel Cía. Ltda., a la ciudadanía?**

Actualmente no se está haciendo nada por promocionar los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., ya que se trabaja con recomendaciones de las instituciones o por contratación pública, pero nos gustaría que se dé la oportunidad de promocionar la empresa y los servicios que en sí brinda.

**16. ¿Phitel Cía. Ltda. cuenta con un logotipo para promocionar a la empresa?**

Phitel Cía. Ltda., si cuenta con un logotipo para promocionar la empresa, pero este solo está en el letrero y en la página web de la empresa.

**17. ¿La empresa mantiene rótulos actualizados con el nombre Phitel Cía. Ltda.?**

Si mantiene rotulo actualizado en la parte exterior de la oficina.

**18. ¿Phitel Cía. Ltda., posee una página web para dar a conocer los servicios que ofrece?**

Phitel Cía. Ltda., posee una página web donde muestra los servicios que se da, la misión y visión de la empresa, así como el contacto donde nos pueden encontrar para brindar el servicio requerido.

**19. ¿Por qué medios se da a conocer la empresa Phitel Cía. Ltda.?**

Principalmente se da a conocer con referencias de los clientes, estos hacen que nos contacten y que les demos solución a lo que requieren; y también mediante la página web y redes sociales.

**20. ¿Qué promociones brinda a sus clientes al momento de dar el servicio?**

Se brinda promociones como descuentos dependiendo de cuantos sistemas se vaya a realizar, el mantenimiento preventivo y correctivo por un año, se puede extender la garantía técnica.

**21. ¿La empresa cuenta con un plan de motivación y capacitación para el personal?**

Una de las debilidades es la falta de capacitación al personal, no se ha dado la oportunidad de realizar capacitación; el personal de apoyo como la secretaria ha recibido capacitaciones del SERCOP, donde se indica cómo manejar el mundo de compras públicas.

**22. ¿Monitorea generalmente el nivel de satisfacción de sus clientes?**

Periódicamente se monitorea a los clientes, se los contacta para preguntarles cómo les fue con el servicio brindado, también si ellos van a requerir de algo más y por último si necesitan mantenimientos de los equipos instalados.

**23. ¿Cuenta con herramientas tecnológicas que faciliten la prestación del servicio?**

En la empresa si contamos con herramientas tecnológicas para poder dar el mejor servicio como son: computadoras, programas específicos, certificadora, etiquetadora, etc., esto con el fin de brindar el mejor de los servicios y diferenciarnos de la competencia.

**24. ¿Brinda un valor agregado en sus servicios?**

Si se brinda un valor agregado como es el asesoramiento en cuanto a las instalaciones de los sistemas, se les recomienda la mejor marca, garantías, soportes, precio, etc.

**25. ¿Cuáles son las mayores fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Phitel Cía. Ltda.?**

**Fortalezas:** contar con mano de obra certificada, tener los mejores precios del mercado

**Oportunidades:** aprovechar el mercado poco explotado, aprovechar las debilidades de la competencia.

**Debilidades:** poca publicidad, falta de capital.

**Amenazas:** salvaguardias, impuestos imprevistos, inflación.

**C) Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Phitel Cía. Ltda., de la Ciudad de Loja**

**1. Servicios que ha utilizado como entidad-institución**

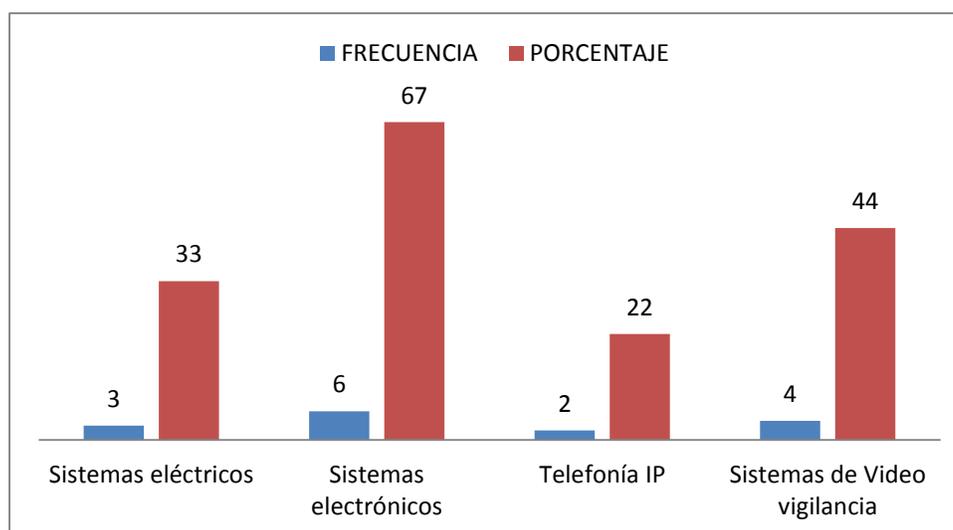
**Cuadro N° 23 - Servicios utilizados**

| Descripción                  | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|------------|
| Sistemas eléctricos          | 3          | 33%        |
| Sistemas electrónicos        | 6          | 67%        |
| Telefonía IP                 | 2          | 22%        |
| Sistemas de Video vigilancia | 4          | 44%        |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 27–Servicios utilizados**



**Fuente:** Cuadro N° 23.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, supieron mencionar que lo que más han utilizado son los sistemas electrónicos con un 67%, pero también han utilizado los sistemas de video vigilancia de acuerdo a las necesidades que tiene cada institución.

## 2. Calificación del servicio

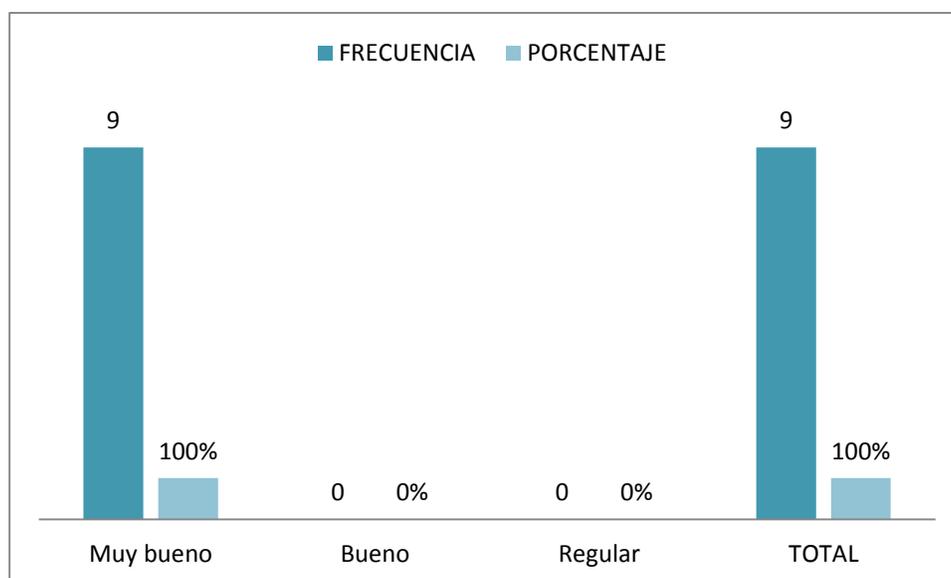
**Cuadro N° 24 - Calificación del servicio**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Muy bueno    | 9          | 100%        |
| Bueno        | 0          | 0%          |
| Regular      | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 28–Calificación del servicio**



**Fuente:** Cuadro N° 24.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que el servicio que brinda Phitel Cía. Ltda., es muy bueno con un 100%, ya que piensas que cumplen con todas las especificaciones asignadas y sobre todo la calidad del servicio es excelente.

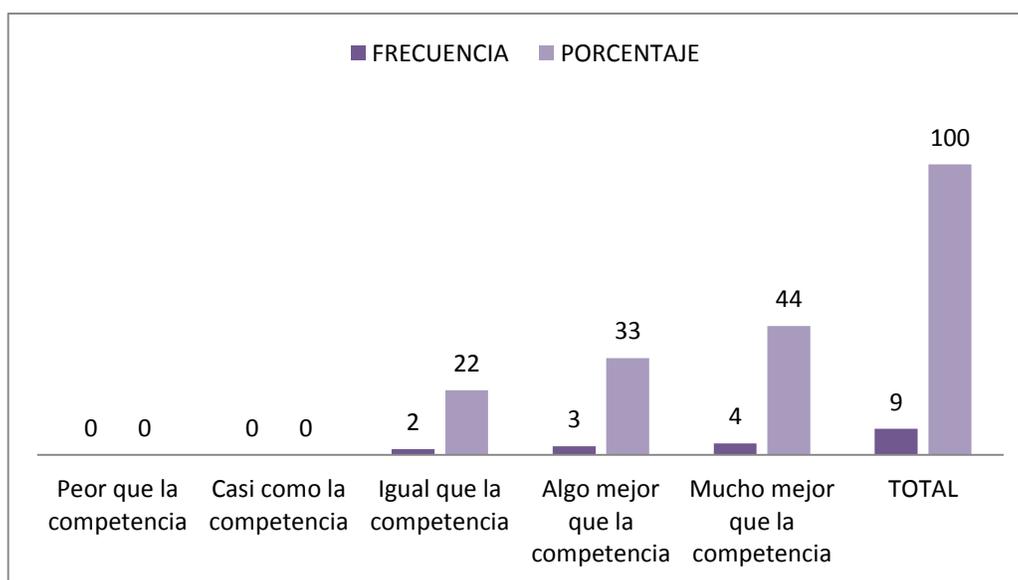
### 3. Comparación con la competencia

**Cuadro N° 25- Comparación con la competencia**

| Descripción                    | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------------------|------------|-------------|
| Peor que la competencia        | 0          | 0%          |
| Casi como la competencia       | 0          | 0%          |
| Igual que la competencia       | 2          | 22%         |
| Algo mejor que la competencia  | 3          | 33%         |
| Mucho mejor que la competencia | 4          | 44%         |
| <b>Total</b>                   | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.  
**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 29-Comparación con la competencia**



**Fuente:** Cuadro N° 25.  
**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que Phitel Cía. Ltda., se ubica en un lugar muy importante frente a la competencia, el 44% menciona que la empresa es mucho mejor ya que brinda mejores servicios y además cumple con las especificaciones y garantías que se le ofrece al cliente.

#### 4. Aspectos se debe mejorar la empresa Phitel Cía. Ltda.

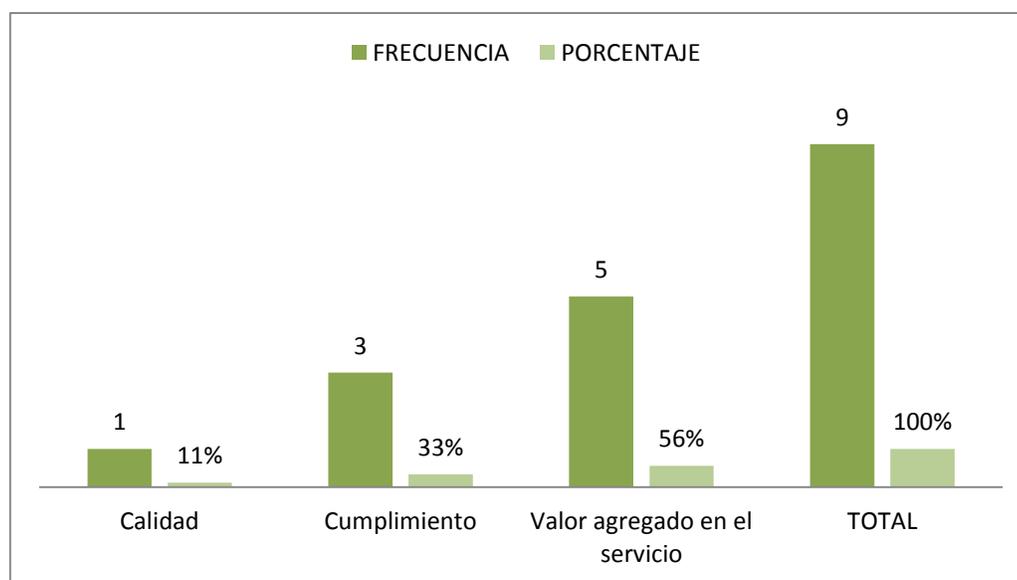
**Cuadro N° 26 - Aspectos se debe mejorar**

| Descripción                   | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Calidad                       | 1          | 11%         |
| Cumplimiento                  | 3          | 33%         |
| Valor agregado en el servicio | 5          | 56%         |
| <b>Total</b>                  | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 30- Aspectos se debe mejorar**



**Fuente:** Cuadro N° 26.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que Phitel Cía. Ltda., debe mejorar en cuanto al valor agregado con un 56% del total de los encuestados, es decir ofrecer algo adicional en el servicio ya que con esto se diferencia de la competencia y hace que se mantenga y que crezca en el mercado local.

## 5. Motivo que se adjudicó el contrato con Phitel Cía. Ltda.

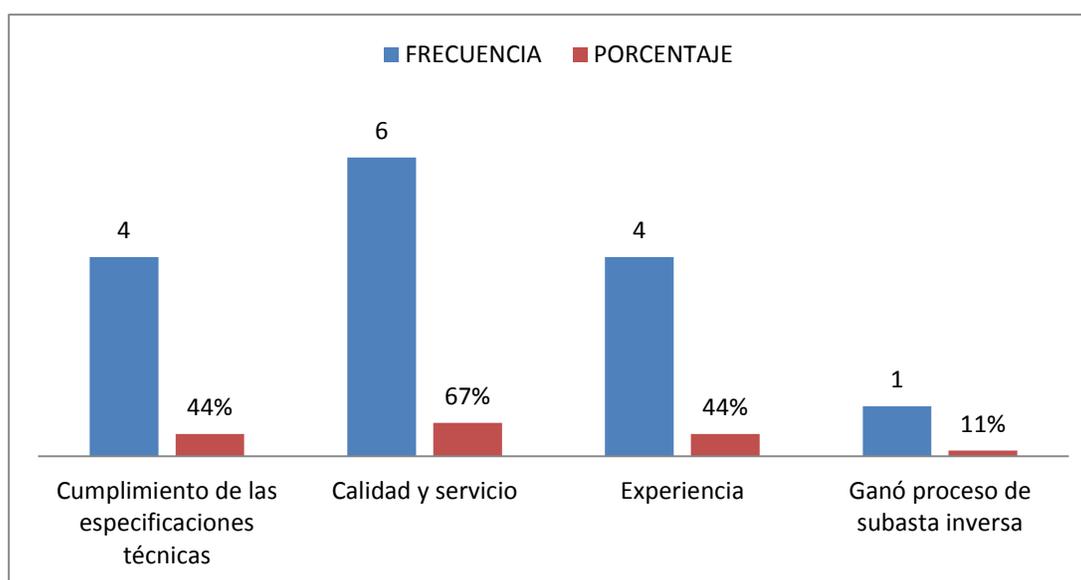
**Cuadro N° 27 - Motivo que se adjudicó el contrato**

| Descripción                                   | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Cumplimiento de las especificaciones técnicas | 4          | 44%        |
| Calidad y servicio                            | 6          | 67%        |
| Experiencia                                   | 4          | 44%        |
| Ganó proceso de subasta inversa               | 1          | 11%        |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 31–Motivo que se adjudicó el contrato**



**Fuente:** Cuadro N° 27.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que Phitel Cía. Ltda., cumple con todas las especificaciones técnicas con un 44%, pero lo más importante es la calidad y el servicio que presta a las instituciones o entidades con un 67%; para Phitel este aspecto es muy importante porque hace que sea única y que prefieran contratar los servicios que se brinda.

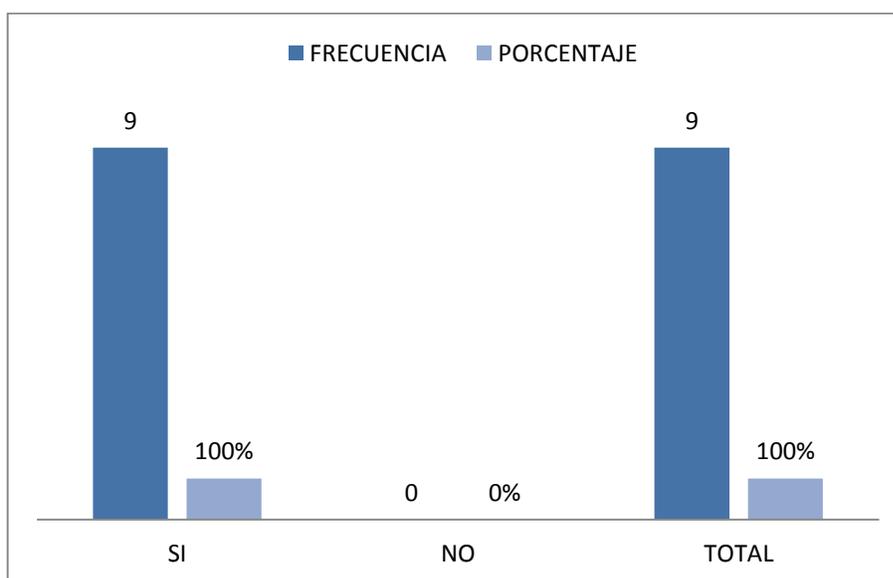
## 6. Cumplimiento con lo contratado

**Cuadro N° 28 - Cumplimiento con lo contratado**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 9          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.  
**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 32–Cumplimiento con lo contratado**



**Fuente:** Cuadro N° 28.  
**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que Phitel Cía. Ltda., cumple a cabalidad con todo lo contratado con un 100%, ya que se caracteriza por ser cumplido y así demuestra también la calidad y el servicio que presta a las instituciones o entidades.

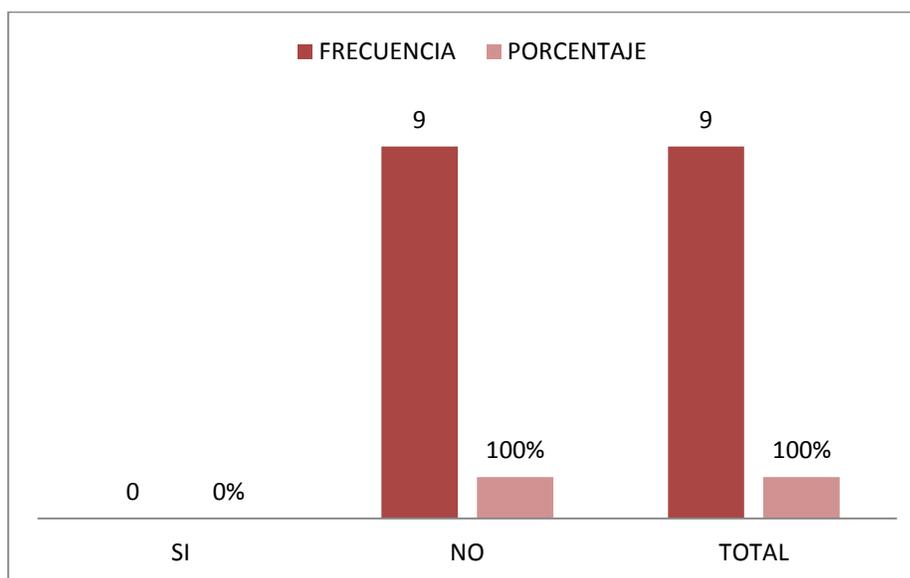
## 7. Dentro de las garantías y soportes técnicos, se ha realizado alguna prórroga

**Cuadro N° 29 - Prórroga**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 0          | 0%          |
| No           | 9          | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.  
**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 33– Prórroga**



**Fuente:** Cuadro N° 29.  
**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que Phitel Cía. Ltda., no ha realizado prórrogas de las garantías y soportes técnicos con un porcentaje del 100%, esto hace que la empresa cumple a cabalidad con lo contratado y lo primordial es que cumple a tiempo con los servicios que está ofreciendo.

## 8. Implementación de nuevas estrategias

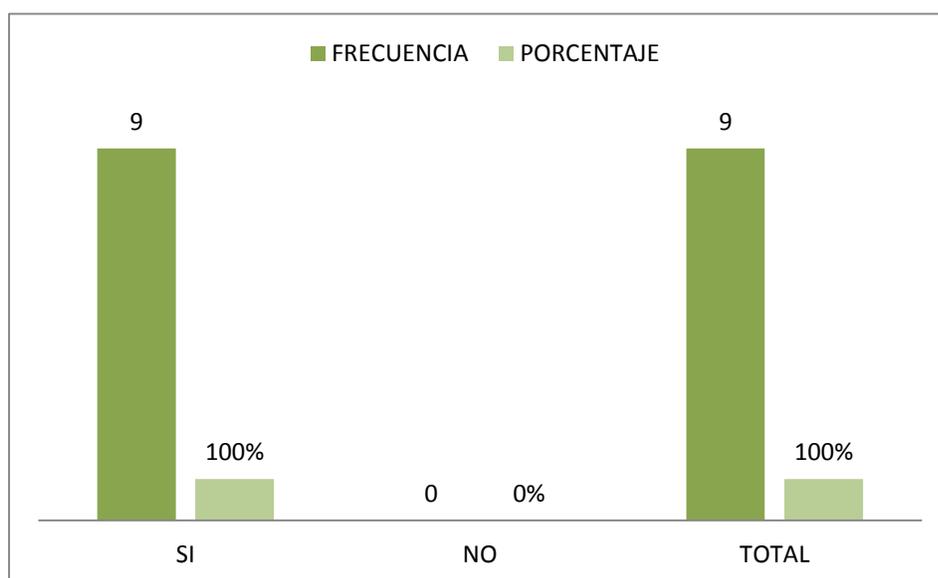
**Cuadro N° 30 - Implementación de nuevas estrategias**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 9          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 34–Implementación de nuevas estrategias**



**Fuente:** Cuadro N° 30.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, mencionaron que en Phitel Cía. Ltda., se debería implementar nuevas estrategias con un porcentaje del 100%, ya que eso hará que tenga una mejor visión y con la implementación de nuevas estrategias pueda mejorar los servicios que brinda la empresa.

## 9. Uso de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.

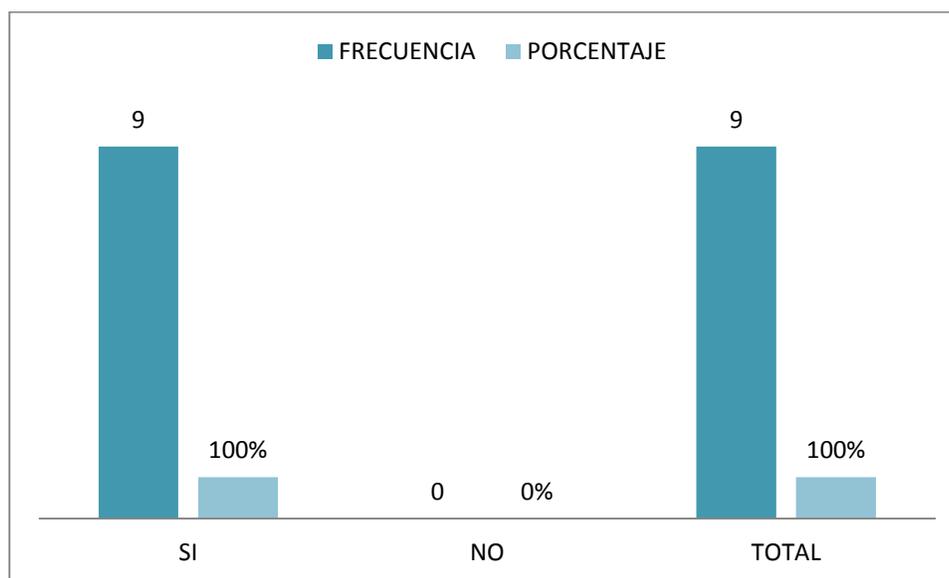
**Cuadro N° 31 - Uso de los servicios**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 9          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 35–Uso de los servicios**



**Fuente:** Cuadro N° 31.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que el 100% volverían a hacer uso de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., ya que ha demostrado que cumple con lo contratado, además que brinda un excelente servicio, tiene experiencia y mano de obra calificada; esto principalmente se las considera como fortalezas de la empresa.

## 10. El logotipo está acorde a la rama en la que se desempeña

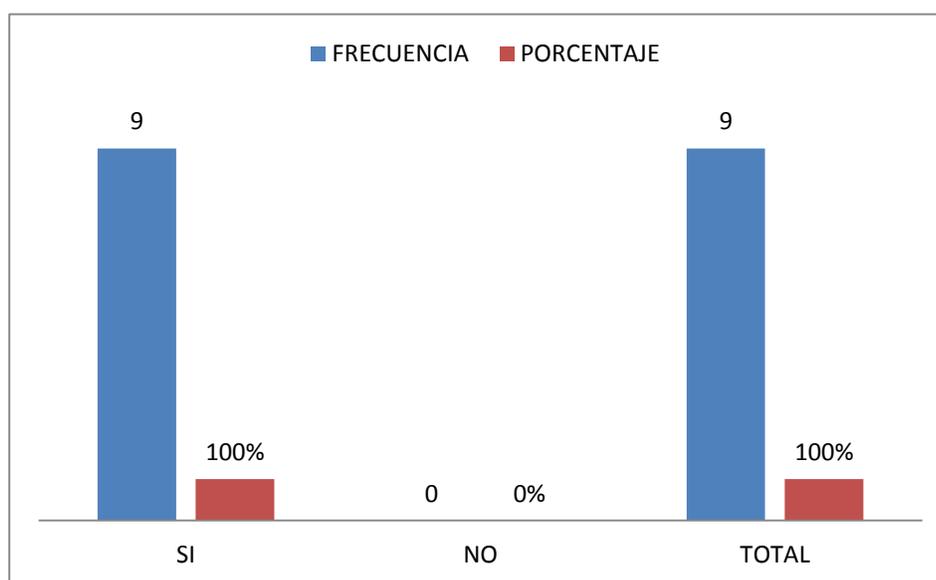
**Cuadro N° 32 - Logotipo**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 9          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 36–Logotipo**



**Fuente:** Cuadro N° 32.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que el logotipo está de acuerdo a la empresa con un 100%, ya que simula tener una antena y redes inalámbricas, esto representa los sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones que brinda Phitel Cía. Ltda., a la colectividad.

## 11. Phitel Cía. Ltda., cuenta

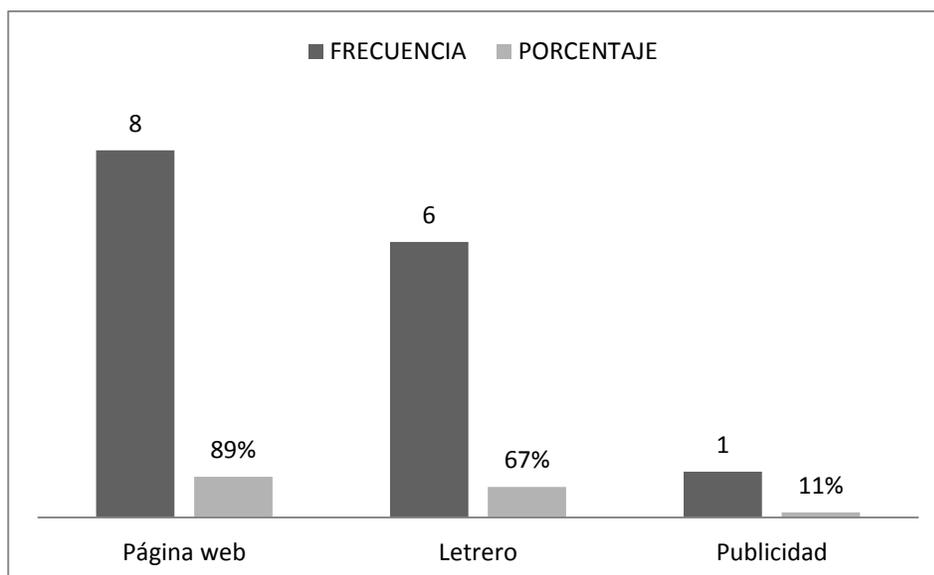
**Cuadro N° 33 - Cuenta**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Página web  | 8          | 89%        |
| Letrero     | 6          | 67%        |
| Publicidad  | 1          | 11%        |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 37–Cuenta**



**Fuente:** Cuadro N° 33.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que la empresa cuenta con Página web con un 89%, el letrero con un 67% y con casi nada de publicidad con un 1%, esto hace que la empresa no tenga publicidad y que no se haga conocer en la ciudad de Loja.

## 12. Cancelar por los servicios

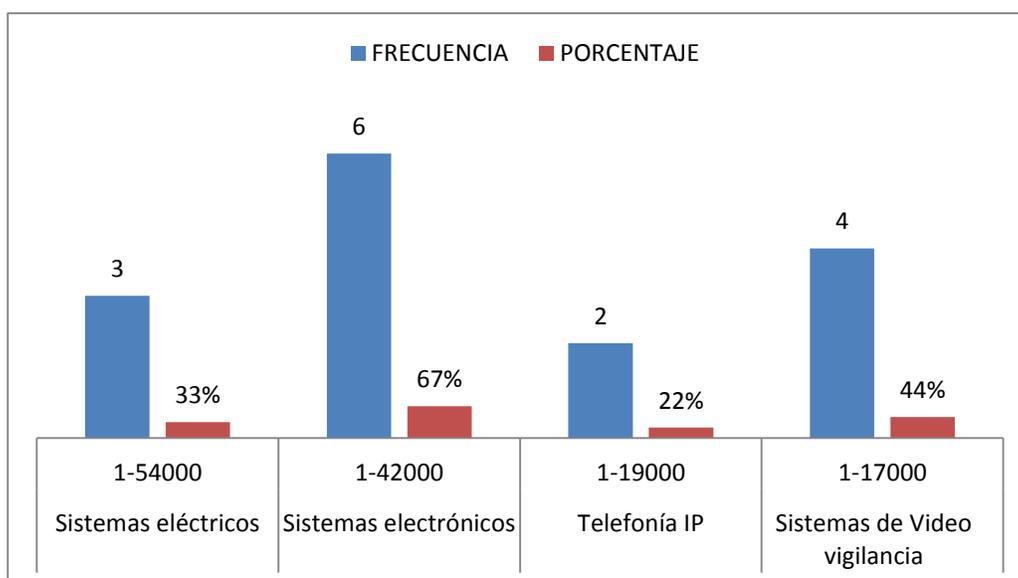
**Cuadro N° 34 - Cancelar por los servicios**

| Descripción                  | Monto   | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|---------|------------|------------|
| Sistemas eléctricos          | 1-54000 | 3          | 33%        |
| Sistemas electrónicos        | 1-42000 | 6          | 67%        |
| Telefonía IP                 | 1-19000 | 2          | 22%        |
| Sistemas de Video vigilancia | 1-17000 | 4          | 44%        |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 38–Cancelar por los servicios**



**Fuente:** Cuadro N° 34.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que cancelan por los servicios de acuerdo a los puntos o especificaciones que requiere cada entidad; los servicios que más han utilizado las instituciones son los servicios electrónicos con un monto promedio de 1 a 42000 dólares aproximadamente con un porcentaje del 67%.

### 13. Ubicación

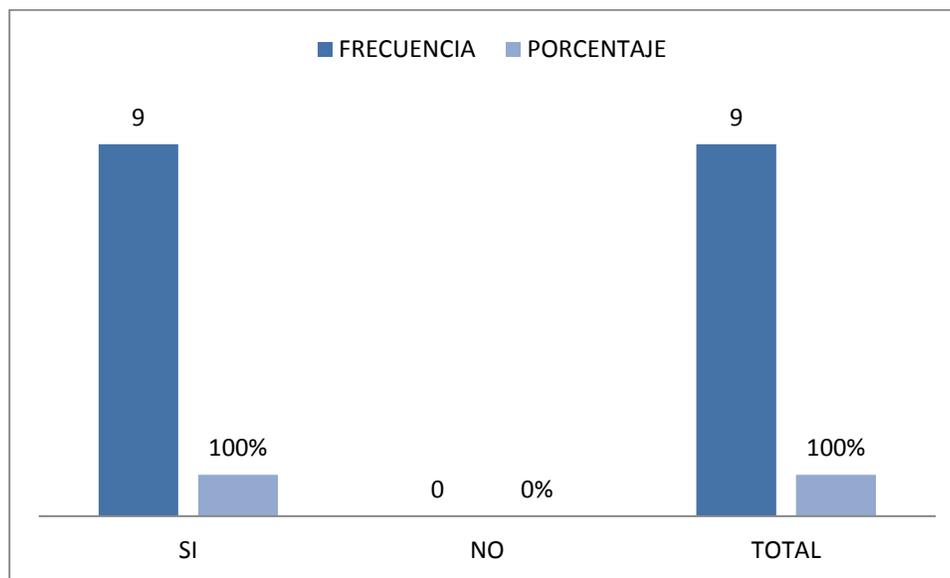
**Cuadro N° 35 - Ubicación**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 9          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 39–Ubicación**



**Fuente:** Cuadro N° 35.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que la empresa tiene buena ubicación con un 100%, ya que los clientes tienen más comodidades en cuanto a estacionar su vehículo, así como es un lugar fácil de ubicación.

## 14. Anuncios publicitarios de Phitel Cía. Ltda.

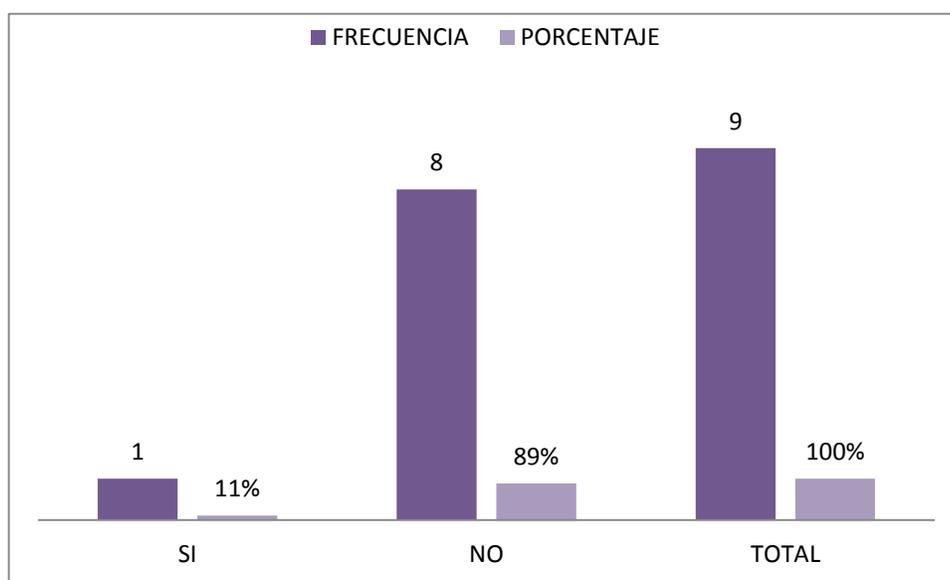
**Cuadro N° 36 - Anuncios publicitarios**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 1          | 11%         |
| No           | 8          | 89%         |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 40–Anuncios publicitarios**



**Fuente:** Cuadro N° 36

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que la empresa no cuenta con anuncios publicitarios en ningún medio, el 89% de los clientes no han visto ni han escuchado dichos anuncios para dar a conocer los servicios que brinda la empresa.

## 15. Medio de comunicación que le gustaría conocer los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.

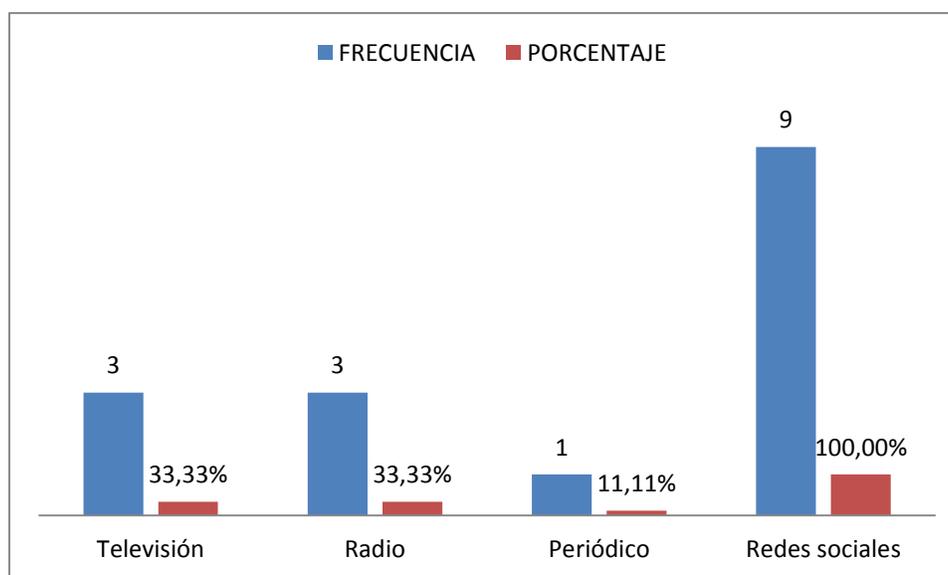
**Cuadro N° 37 - Medio de comunicación**

| Descripción    | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| Televisión     | 3          | 33,33%     |
| Radio          | 3          | 33,33%     |
| Periódico      | 1          | 11,11%     |
| Redes sociales | 9          | 100,00%    |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 41–Medio de comunicación**



**Fuente:** Cuadro N° 37

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que la empresa no cuenta con anuncios publicitarios en ningún medio, el 89% de los clientes no han visto ni han escuchado dichos anuncios para dar a conocer los servicios que brinda la empresa.

## 16. Responsabilidad con el medio ambiente

**Cuadro N° 38 - Responsabilidad con el medio ambiente**

| <b>Recomendaciones</b>                  |
|---|
| Utilizar el material necesario          |
| Material que no dañen el medio ambiente |
| Reciclaje                               |
| Equipos que ocupen menos energía        |
| Ahorrar energía                         |
| Cumplir con la normativa del estado     |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, dieron diferentes recomendaciones de Responsabilidad con el medio ambiente, tales como utilizar el material necesario que no dañen el medio ambiente, reciclar al 100%, ahorrar energía y cumplir con la normativa del estado para la implementación de proyectos con impacto ambiental.

## 17. Recomendaría a Phitel Cía. Ltda., a la hora de brindar un servicio

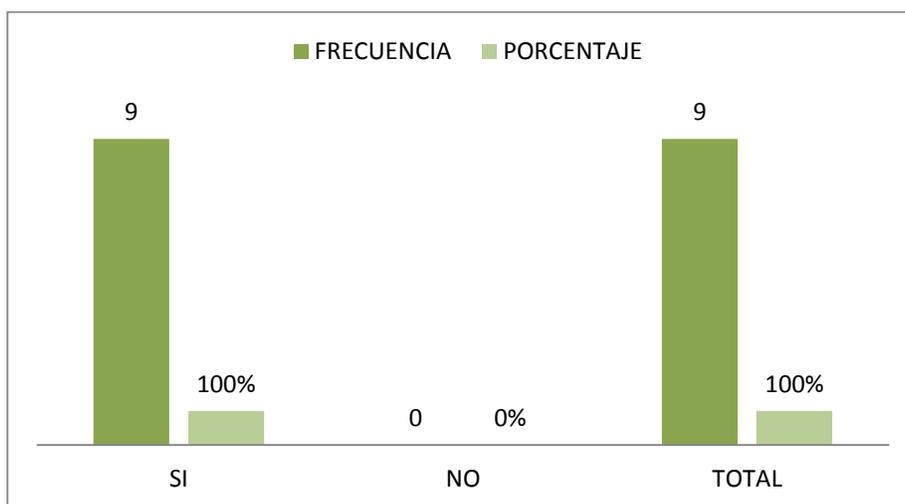
**Cuadro N° 39 - Recomendación**

| Descripción  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 9          | 100%        |
| No           | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>9</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Figura N° 42–Recomendación**



**Fuente:** Cuadro N° 39.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, señalaron que si recomendarían a la empresa, con un porcentaje del 100%, esto hace que tenga buenas referencias, tanto por su servicio así como localidad y el cumplimiento de todo lo contratado.

## 18. Fortalezas y debilidades que tiene la empresa Phitel Cía. Ltda.

**Cuadro N° 40 – Fortalezas y debilidades**

| Fortalezas                            | Debilidades           |
|---------------------------------------|-----------------------|
| Mano de obra calificada               | Falta de capacitación |
| Eficiencia del personal               | Falta de organización |
| Calidad en el servicio                | Personal de apoyo     |
| Experiencia                           | Falta de publicidad   |
| Cumplimiento                          | Falta de supervisión  |
| Precios bajos frente a la competencia | Falta de capital      |
| Certificación de marcas               |                       |

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes internos de Phitel Cía. Ltda.

**Elaboración:** La Autora.

**Análisis e interpretación:** Según la encuesta realizada a los clientes de la empresa, dio a conocer que Phitel Cía. Ltda., cuenta con Fortalezas muy buenas para seguir creciendo en el mercado, pero también existen Debilidades hacia la empresa, esto hace que el servicio que se brinda vaya mejorando cada día más para poder diferenciarnos de la competencia.

## Capítulo 2

### 2. Análisis Interno

En el capítulo 2 se detalla el análisis interno de la empresa, es decir se habla sobre la historia, la misión, visión, valores corporativos, normas y reglamentos, políticas de la empresa, organigrama, manual de funciones., así como de los productos y servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., a la ciudadanía y las empresas públicas y privadas.

Este capítulo también está enfocado en las 4 PES del marketing, lo que contiene el Producto, Precio, Plaza, Promoción.

En este capítulo se encontrará la información necesaria de la empresa, por medio de ella se analizará si está completo dicha información, con ello nos permitirá realizar la campaña de posicionamiento y creación de valor para la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda.

## Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda.

Figura N° 43- Logo



Fuente: Empresa Phitel Cía. Ltda.

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., nace en la ciudad de Loja-Ecuador, a los 5 días del mes de mayo del año 2009, debido a la necesidad que tiene la ciudad en soluciones y servicios eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones; así como la venta al por menor de aparatos y equipos de comunicación, incluido partes y piezas; creada con el fin de satisfacer las más altas exigencias de orden tecnológico en el país.

Al ser una empresa innovadora en diseño y planificación de diferentes sistemas, aplica de manera continua los últimos avances tecnológicos a las soluciones y servicios que brinda dicha empresa. Con la voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada, siendo los ejecutores de la idea los ingenieros Giovanni Patricio Celi Loja y Edison Francisco Romero Cueva, domiciliados en la ciudad de Loja.

➤ **Competidores** de la empresa Phitel Cía. Ltda.

Los principales **competidores** que tiene Phitel Cía. Ltda., en la ciudad de Loja:



Surectel Ingeniería y Proyectos Cía. Ltda.



Sharplink Cía. Ltda.



Castellana Telecomunicaciones.

➤ **Clientes** de la empresa Phitel Cía. Ltda.

**Entidades públicas:**

- Consejo de la Judicatura de Loja
- Vialsur E.P.
- Hospital de Solca
- Gobierno Provincial de Loja

**Entidades privadas:**

- Edificio Calypso
- Edificio Celi
- Universidad Técnica Particular de Loja,
- Banco de Loja
- Constructora Berlevaq.

- **Proveedores** de la empresa Phitel Cía. Ltda.



- Almacén Juan Montero Cía. Ltda.

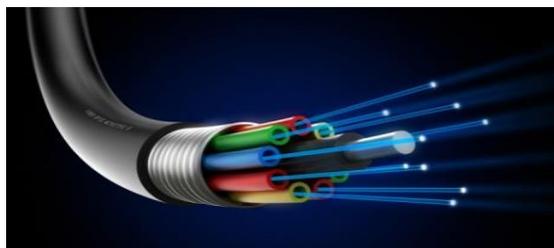


- Sistemas de Seguridad.

- **Productos sustitutos** de la empresa Phitel Cía. Ltda.

Los productos sustitutos que tiene los servicios de la empresa es la **fibra óptica** es un medio de transmisión físico capaz de brindar velocidades y distancias superiores a las de cualquier otro medio de transmisión (cobre e inalámbricos).

**Figura N° 44- Fibra óptica**



Fuente: ([www.desdechiapas.com/como-se-fabrica-la-fibra-optica/](http://www.desdechiapas.com/como-se-fabrica-la-fibra-optica/))

## Misión

Somos una empresa innovadora en diseño y planificación de diferentes sistemas, de manera continua, aplicamos los últimos avances tecnológicos a nuestras soluciones y servicios. Brindamos soluciones eficaces que permitirán a nuestros clientes su integración con las exigencias vanguardistas en innovación tecnológica.



## Visión

Ser la empresa líder de telecomunicaciones y servicios tecnológicos de la región sur del Ecuador en ofrecer, diseño, planificación, asesoría, construcción, administración y mantenimiento de diferentes sistemas eléctricos, electrónicos, y de telecomunicaciones.



### **Valores Corporativos**

- Trabajamos en equipo.
- Responsabilidad y Temple



- Actuamos con integridad.
- Estamos comprometidos con el servicio.

### **Políticas de la empresa**

- Estamos comprometidos con la seguridad y el cuidado de las personas que integran nuestra compañía. Entendemos que la seguridad y la salud en nuestro ambiente laboral es un valor prioritario.
- Estamos comprometidos con el desarrollo armonioso y sostenible de la sociedad y con el cuidado activo del medio ambiente.
- Estamos comprometidos en entregar soluciones a la medida de los clientes, que satisfagan sus necesidades en forma eficiente, innovadora y a la vanguardia de la tecnología, sustentando sus operaciones en personal calificado y comprometido con la mejora continua.

### **Reglamento interno**

- Los empleados tendrán un horario de entrada y salida establecidos por el Gerente General de la Compañía.

- El personal de la empresa tendrá dos horas destinados para las comidas y descanso.
- La remuneración será cancelada con cheque el último día laborable del mes.
- Los empleados deben mantener la mayor higiene personal y en su puesto de trabajo.
- Los empleados deben cumplir con todo lo establecido en el contrato.

#### **Beneficios que tienen los empleados**

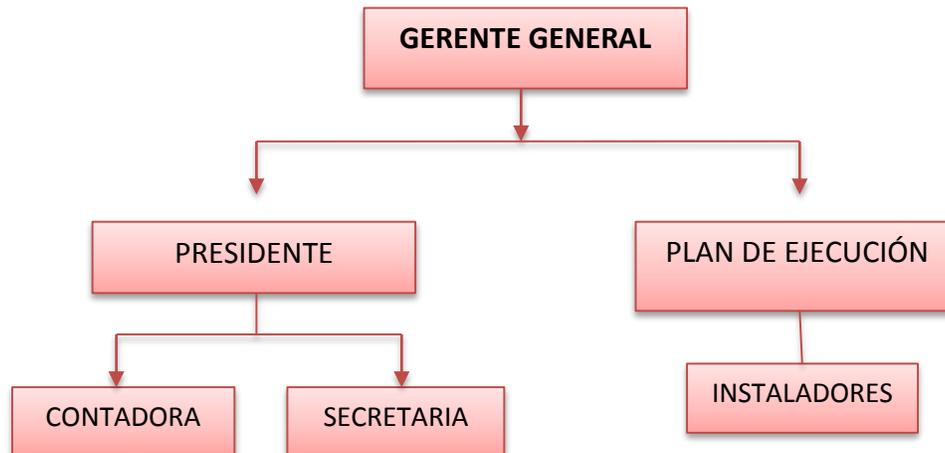
- Beneficios de ley: Afiliación al seguro social, Décimo tercer y cuarto sueldo, vacaciones, fondo de reserva y utilidades.
- Estabilidad laboral
- Excelente ambiente de trabajo.

#### **Obligaciones del empleado**

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- Observar buena conducta durante el trabajo.
- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.
- Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.

### Organigrama de la empresa

El organigrama integra los puestos de cada uno de los que integra la empresa, de acuerdo a su jerarquía; desde el nivel ejecutivo, nivel de asesor, hasta el nivel auxiliar o de apoyo.



### Personal de la empresa

El personal de la empresa lo integra el Gerente general, Presidente, Contadora y secretaria, así como los instaladores en el plan de ejecución, es decir ellos son los hacen que sea posible brindar los servicios de la empresa. Por medio de este equipo de trabajo se lleva a cabo todas las actividades que Phitel Cía. Ltda., brinda a las entidades.

- **Gerente general**

- **Funciones:**

- El Gerente General será el Representante Legal de la Compañía y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios sociales.

- El gerente general es responsable en forma complementaria a las obligaciones del directorio, y reporta a éste acerca del desempeño de la empresa.
- Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la compañía.
- Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.
- Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- Firmar cheques en forma conjunta con el Presidente.

- **Presidente**

- **Funciones:**

- Crear los empleos que juzgue necesarios para el buen servicio de la compañía, señalarles funciones, fijar las remuneraciones de los mismos y removerlos libremente, lo mismo que resolver sobre la renuncia o licencia de esos empleados.
- Presentar a la Asamblea General, en sus sesiones ordinarias y en asocio de la Junta Directiva, un informe sobre la forma como hubiere llevado a cabo su gestión y sobre la marcha de la compañía y proponer las reformas estatutarias o de otra índole que estime necesarias o convenientes.
- Firmar cheques en forma conjunta con el Gerente General.
- Firmar con el Secretario la correspondencia oficial y las actas, poniendo el visto bueno a las certificaciones que el Secretario expida.

- Representar a la Compañía, en cuantos actos, acciones o gestiones sea necesario, figurando a la cabeza de cualquier representación de la compañía.

- **Contadora**

- **Funciones:**

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.
- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido.



- **Secretaria**

- **Funciones:**

- Ser puntual en todas sus actividades de funciones.
- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.

- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.
- Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamentos dentro de la empresa.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- Obedecer y realizar instrucciones que te sean asignadas por su jefe.
- Mejora y aprendizaje continuo.



#### ▪ **Instalador**

##### ▪ **Funciones:**

- Cumplir puntualmente con lo establecido en el cronograma.
- Responsable de las instalaciones y mantenimiento de las mismas.
- Trabajar con todos los implementos entregados para su protección laboral.
- Comunicar cualquier novedad que se esté presentando en el momento de la instalación.
- Cumplir con las especificaciones señaladas en el contrato.





- Cumplir a cabalidad con lo establecido en el contrato y cronograma.
- Cuidar y mantener las herramientas de trabajo que se le entrega en el momento que va a empezar a instalar.

### **Productos y servicios**

Los productos y servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., se detallan a continuación:

#### ○ **Servicios:**

##### **Sistemas Eléctricos**

- Redes eléctricas en baja, media y alta tensión.
- Sistemas de control automático industrial.
- Sistemas de UPS y regulación de voltaje.



##### **Sistemas electrónicos:**

- Sistemas de detección de incendios
- Sistemas de intrusión.
- Sistemas de video vigilancia interna y externa IP y Análoga
- Sistemas de control de personal y control de acceso.
- Sistemas de sonorización interna y externa



- Sistemas de video y sonido profesional
- Sistemas de Tv por cable
- Sistemas de llamado a enfermeras, etc.

## Telefonía:

- Acometidas telefónicas, redes telefónicas internas.



VOZ

- Equipamiento en centrales telefónicas analógicas, digitales e IP.
- Servidores de comunicaciones sobre plataforma de IP

- Sistemas de telefonía inalámbrica
- Redes de planta externa.

## Radiocomunicación:

- Sistemas de Radiofrecuencia para comunicación de voz y datos.

## Cableado Estructurado:



- Sistemas de cableado estructurado.
- Redes de Fibra Óptica
- Cable UTP categoría 5e, 6, 6a, 7.
- Gabinetes y racks metálicos de toda medida.
- Canaletas decorativas y accesorios
- Cable coaxial, cable telefónico y fibra óptica
- Provisión y montaje de equipos de red (switches, routers, etc.)
- Pruebas de certificación de cableado estructurado.

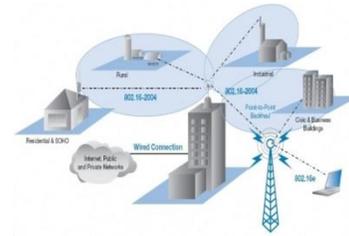


## Networking



- Diseño y Administración de redes de datos (LAN, WAN, MAN)

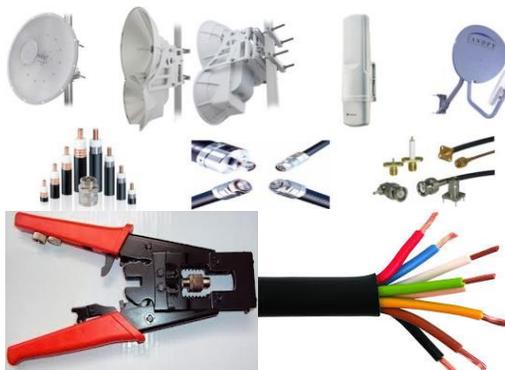
- Redes inalámbricas



- Seguridad en redes.
- Mantenimiento y configuración de redes
- Redes Wi-Fi
- Configuración de equipos activos.

### ○ Productos:

La venta al por menor de aparatos y equipos de comunicación, incluido partes y piezas.



### 🚦 Precio

El precio de los servicios depende de muchos materiales y de la categoría que se va a poner.

- Sistemas de cableado estructurado cat. 6: 140 dólares.
- Sistemas de cableado estructurado cat.6a: 190 dólares.
- Punto eléctrico: 80 dólares.

Aparte los equipos activos que se vaya a utilizar dependen de marca y modelo; esto se cumple de acuerdo a las especificaciones técnicas que cada institución o entidad requieran.

### **Plaza**

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., está enfocado a las empresas Públicas y Privadas de la ciudad de Loja que requieran o necesiten de la implementación de sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones, así como mantenimientos correctivos y preventivos de las instalaciones de los sistemas antes ya mencionados.

### **Promoción**

- Descuentos dependiendo de cuantos sistemas se vaya a realizar
- El mantenimiento preventivo y correctivo por un año
- Extender la garantía técnica.

### **Publicidad**

La empresa se da a conocer por medio de la página web, redes sociales como Facebook y Twitter; así como de referencias laborales, es decir los clientes recomiendan el servicio que se brinda, en palabras técnicas se da publicidad de boca en boca.

## Capítulo 3

### 3. Análisis externo

En el capítulo 3 se detalla el análisis externo de la empresa, es decir se habla sobre las matrices que se van a utilizar como son:

- Matriz PEST
- Matriz Diamante de Porter
- Matriz Perfil competitivo

Por medio de estas matrices permite conocer los factores que afectan y ayudan a la empresa a desarrollarse en el mercado, así como conocer las oportunidades y amenazas que están alrededor de la empresa.

Mediante la investigación que se obtiene de fuentes directas e indirectas, permitirá encontrar con precisión la información que se requiere para el desarrollo del plan de marketing.

## Matriz PEST

El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad.

PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. (Gadex, 2014).

**Cuadro N° 41 - Matriz Pest**

|   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Legislación vigente</li> <li>-Posibles cambios de legislación</li> <li>-Entes reguladoras</li> <li>-Políticas de gobierno</li> <li>-Presupuesto del estado</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>P</b></p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Evolución del PIB</li> <li>-Salvaguardias vigentes</li> <li>-Altos costos de materiales y equipos</li> <li>-Ciclos de mercado</li> <li>-Política monetaria</li> <li>-Inflación</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>E</b></p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Demografía</li> <li>-Cambios legales que afectan a los factores sociales</li> <li>-Poder adquisitivo</li> <li>-Mercado laboral</li> <li>-Pobreza y desigualdad</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>S</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia tecnológica</li> <li>-Manejo de las TIC'S</li> <li>-Acceso a la tecnología</li> <li>-Legislación sobre la tecnología</li> <li>-Equipos específicos para cada área</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>T</b></p>  |

**Elaboración:** La Autora

## **Factores Políticos**

Según Echeverría (2006), el esfuerzo ha empezado por diferenciar sistema político y Estado. El sistema político aparece como el conjunto de instituciones donde se produce una mediación de las relaciones entre la sociedad y el Estado; el lugar donde la diversidad de intereses y grupos sociales intenta encontrar alguna forma de consenso y unidad. Bajo esta distinción, el Estado ya no aparece como un aparato de dominación de una clase sobre otra, ni tampoco como una instancia “externa” a la sociedad desde donde se impone un orden político determinado. Al contrario, se presenta como el resultado de una búsqueda permanente de unidad a partir del despliegue constante de una diversidad social en el ámbito del sistema político. Entre el Estado y la sociedad aparece una institucionalidad específicamente política, cuyo propósito es ordenar, reglamentar, establecer procedimientos para el juego político. (Echeverría 1997: 6).

### ✓ **Entes Reguladoras**

Los entes reguladores son: **Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL)** que tiene como misión: Ser el órgano rector del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador, que incluyen las telecomunicaciones y el espectro radioeléctrico, que emite políticas, planes generales y realiza el seguimiento y evaluación de su implementación, coordinando acciones con los actores de los sectores estratégicos para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la sociedad de la información para el buen vivir de la población ecuatoriana. (República del Ecuador G. N., Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, s/f).

La Superintendencia de Compañías que es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley; esta tiene como misión: Ser una institución que controla, vigila y promueve el mercado de valores y el sector societario mediante sistemas de regulación y servicios, contribuyendo al desarrollo confiable y transparente de la actividad empresarial del país. (Superintendencia de compañías, s/f).

✓ **Presupuesto General del Estado**

Es la estimación de los recursos financieros que tiene el Ecuador; es decir, aquí están los Ingresos (venta de petróleo, recaudación de impuestos, etc.) pero también están los Gastos (de servicio, producción y funcionamiento estatal para educación, salud, vivienda, agricultura, seguridad, transporte, electricidad, etc., de acuerdo a las necesidades identificadas en los sectores y a la planificación de programas de desarrollo). El estado tiene un presupuesto que será distribuido a las instituciones públicas de acuerdo a las prioridades establecidas a los ingresos y gastos con los que cuenta el país. (República del Ecuador G. , s/f).

El **Plan Nacional de Desarrollo** es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado Central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados. (República del Ecuador G. , s/f).

**Conclusión:** los factores políticos en el Ecuador pueden afectar en las políticas del país en general, así como en cada empresa constituida en el país, ya que los cambios de leyes que se presentan en el gobierno es una AMENAZA para cualquier empresa, más aun en Phitel Cía. Ltda., porque la empresa está enfocada en trabajar para las instituciones públicas y privadas, y si cambia alguna ley o el presupuesto del estado, está afectando directamente a la empresa.

### **Factores Económicos**

El Ecuador incluye muchos factores económicos que afectan y benefician a los ciudadanos por el hecho de tener y no tener empleo, tener ingresos como país, minimizar la deuda externa, entre otros factores que están inmersos para todos los ecuatorianos.

Según el Banco Central del Ecuador (2015), la deuda externa pública como el porcentaje del PIB a Diciembre del 2014 es del 17.40%; la inflación anual de Junio-2015 / Junio-2014 es del 4.87%; la inflación mensual de Junio-2015 es de 0.41%; así como la Tasa de Desempleo urbano a Marzo 2015 es del 4.84%; la tasa de interés activa a Julio 2015 es del 8.54%; la tasa de interés pasiva a Julio 2015 es del 5.54%. También presenta el valor del barril de petróleo al 05-Julio-2015 con un costo de 56.93 dólares; el índice Dow Jones al 05-Julio-2015 es de 17730.11; y como último índice el Riesgo país al 05-Julio-2015 es de 831.00 dólares. (Banco Central del Ecuador, 2015).

La Canasta Básica se ubicó en 646,30 dólares, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de 634,67 dólares. En diciembre del 2013, la Canasta Básica llegó a

620,86 dólares con un ingreso familiar de 593,60 dólares. Finalmente, el INEC informa que cumpliendo con su política de calidad estadística, realizará el Cambio de Año Base del Índice de Precios al Consumidor a partir de enero del 2015. El cambio de año base es un procedimiento estadístico cuyo objeto es el actualizar los productos que componen la canasta del índice de precios al consumidor, así como sus ponderaciones, de manera que reflejen las tendencias actuales de consumo de la población. El índice con año base 2014 reemplazará al índice vigente que tiene como base el año 2004. (INEC, INEC, 2015).

**Conclusión:** los factores económicos en el Ecuador varían dependiendo de los ingresos al país, el empleo y desempleo que existe en la actualidad, todos estos factores se reconoce como una DEBILIDAD, ya que depende mucho de la venta del petróleo que es el principal ingreso al país, si esto está mal va a afectar a la economía y por ende al presupuesto del estado, afecta a Phitel Cía. Ltda., ya que las instituciones no tendrán dicho presupuesto para la contratación de los servicios que presta la empresa.

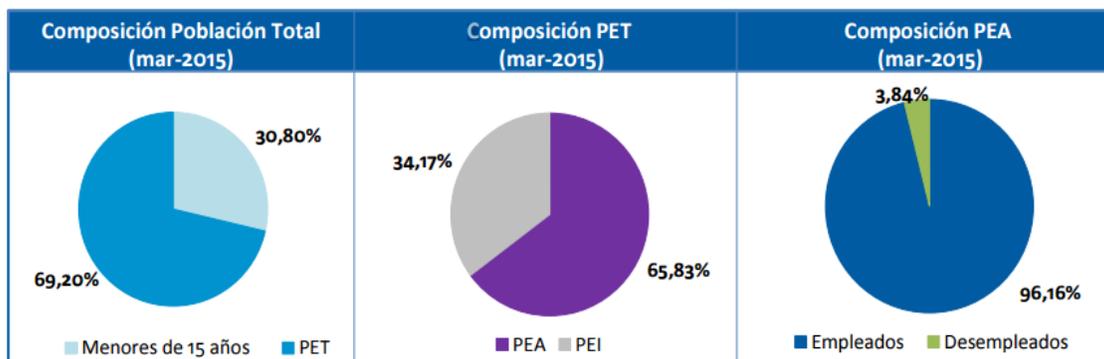
### **Factores Sociales**

“El Ecuador es un país con una población cerca de los 15 millones de habitantes, con un ritmo de crecimiento menor al de décadas pasadas y con cambios importantes en la composición de sus hogares”. (INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>, 2015).

Durante marzo 2015 a nivel nacional se tiene que de la población total, el 69,20% está en edad de trabajar; el 65,83% de la población en edad de trabajar se encuentra

económicamente activa y de la población económicamente activa, el 96,16% son personas con empleo (INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>, 2015).

**Cuadro N° 42 - Composición de la población: Total nacional**



Fuente: (INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>, 2015)

Según el INEC, en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo e Indicadores Laborales manifiesta que entre marzo de 2014 y marzo de 2015, la tasa de desempleo disminuye en 1,01 puntos porcentuales, mientras que la tasa de empleo inadecuado se incrementa en 2,65 puntos (INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>, 2015).

Los empleados clasificados por sexo, entre marzo 2014 y marzo 2015, la tasa de empleo global aumenta en 0,51 puntos porcentuales para las mujeres y en 1,39 puntos porcentuales para los hombres. La tasa de Empleo global para las mujeres es 1,78 puntos porcentuales menores que la de los hombres. Esta diferencia es estadísticamente significativa. Durante marzo 2015, el 64,2% de Empleados adecuados se encuentran afiliados al IESS- Seguro General, mientras que el 29,2% no tiene ninguna afiliación (INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>, 2015).

**Conclusión:** la población económicamente activa, pobreza, desempleo, inflación, entre otros, son los que integran los factores sociales del Ecuador, esto hace que sea una DEBILIDAD para la empresa ya que existe aún, un porcentaje alto de desempleo y pobreza, no todos tienen la oportunidad de tener un trabajo y se convierte en un desempleado más en el país.

### **Factores Tecnológicos**

#### **✓ Manejo De Las Tic's**

Según González (2014), las tecnologías de la información y de la comunicación se entienden como un término para designar lo referente a la informática conectada a Internet, y especialmente el aspecto social de éstos. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación eligen a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad. Las tecnologías de la Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, resumen, recuperan y presentan información representada de la más variada forma (González, 2014).

#### **✓ Tecnologías, Conocimiento y Educación**

En la llamada nueva economía, “el papel que desempeñan las instituciones del conocimiento es estratégico, en particular, aquellas entidades dedicadas a la educación, así como otras organizaciones orientadas a impulsar investigación y desarrollo (I+D), innovación, generación e intercambio de conocimiento y nuevas tecnologías” (Cobo Romaní, 2009).

Según Fernández Muñoz (2005), las TIC se definen colectivamente como innovaciones en microelectrónica, computación (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica - microprocesadores, semiconductores, fibra óptica - que permiten el procesamiento y acumulación de enormes cantidades de información, además de una rápida distribución de la información a través de redes de comunicación. Esto va cambiando radicalmente el acceso a la información y la estructura de la comunicación, extendiendo el alcance de la red a casi todo el mundo. Herramientas que las personas usan para compartir, distribuir y reunir información, y comunicarse entre sí, o en grupos, por medio de las computadoras o las redes de computadoras interconectadas. Se trata de medios que utilizan tanto las telecomunicaciones como las tecnologías de la computación para transmitir información (Fernández Muñoz, 2005).

#### ✓ **Sistema de Cableado Estructurado**

Consiste en una infraestructura de medios físicos que permiten las comunicaciones en un área determinada. Un Sistema de Cableado Estructurado permite interconectar equipos activos, permitiendo la integración de diferentes servicios como Datos, Telefonía, Video, Seguridad, etc. En un Sistema de Cableado Estructurado cada Área de Trabajo se conecta a un punto central (Cuarto de Telecomunicaciones), a través de una infraestructura física (Cableado Horizontal) utilizando una completa Infraestructura de equipos, elementos de conexión, accesorios y cables ( SCE Compunet, s/f).

### ✓ **Sistemas de Telecomunicación**

“Un sistema de telecomunicación es una colección de hardware y software compatible dispuesto para comunicar información de un lugar a otro. Estos sistemas pueden transmitir textos, gráficos, voz, documentos o información de video en movimiento completo”

( Guillermo A Cuéllar M, 2013).

### ✓ **Recursos Tecnológicos**

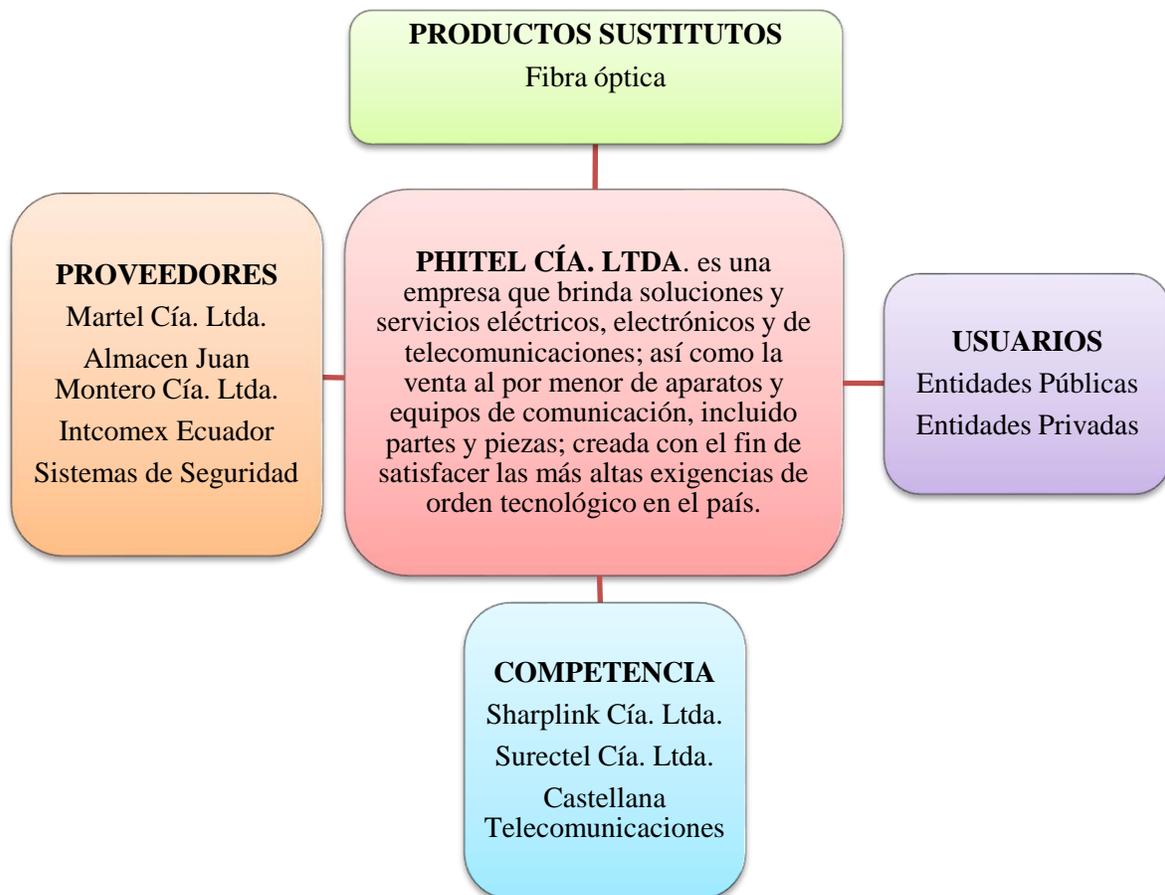
Los recursos tecnológicos son “medios con los que se vale la tecnología para cumplir su propósito; sirven para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y en la preferencia del cliente o consumidor final” (Myrian, 2010).

**Conclusión:** los factores tecnológicos es uno de los más importantes para la empresa convirtiéndose en OPORTUNIDAD ya que se debe estar al día con la tecnología, cumplir con las normas de calidad que establecen para la instalación de todos los sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones.

### Matriz diamante de Porter

“El modelo de las cinco fuerzas de competencia es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias. La intensidad de la competencia entre las empresas varía en gran medida en función de las industrias” (Fred R., 2003).

**Cuadro N° 43 - Matriz Diamante de Porter**



Elaboración: La Autora

## Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda.

Figura N° 45- Logo



Fuente: Empresa Phitel Cía. Ltda.

Es una empresa que brinda soluciones y servicios eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones; así como la venta al por menor de aparatos y equipos de comunicación, incluido partes y piezas; creada con el fin de satisfacer las más altas exigencias de orden tecnológico en el país.

### **Productos Sustitutos**

La fibra óptica es un sistema de transmisión de datos que se hace a través de un filamento de vidrio o plástico. Para que este filamento de vidrio conduzca la información a través de la luz, se necesita que a los extremos de este existan dispositivos electrónicos que de un lado envíen la información en forma de rayos de luz, y del otro lado haya un interpretador de esta información que reciba y decodifique la señal (Clarembaux, 2014).

## **Usuarios**

- **Cientes** de la empresa Phitel Cía. Ltda.

### **Entidades públicas:**

- Consejo de la Judicatura de Loja.
- Vialsur E.P.
- Hospital de Solca.
- Gobierno Provincial de Loja.

### **Entidades privadas:**

- Edificio Calypso.
- Edificio Celi.
- Universidad Técnica Particular de Loja.
- Banco de Loja.
- Constructora Berlemaq.

## **Competencia**

Los principales **competidores** que tiene Phitel Cía. Ltda., en la ciudad de Loja:



- Surectel Ingeniería y Proyectos Cía. Ltda.



- Sharplink Cía. Ltda.

- Castellana Telecomunicaciones.





## Proveedores



Proveedores de la empresa Phitel Cía. Ltda.



Martel Cía. Ltda.



Almacén Juan Montero Cía. Ltda.



Intcomex Ecuador



Sistemas de Seguridad.

### Matriz de perfil competitivo

“El propósito de la matriz es ubicar el lugar que ocupan las diferentes variables externas inmediatas en su afectación sobre el sistema organizacional en análisis”. (Zabala Salazar, 2005).

**Cuadro N° 44- Matriz de Perfil Competitivo**

| Matriz de perfil competitivo                  |          |        |             |           |          |          |             |        |             |
|---|----------|--------|-------------|-----------|----------|----------|-------------|--------|-------------|
| Factores                                      | Ponder.  | Phitel | Valor       | Sharplink | Valor    | Surectel | Valor       | Castel | Valor       |
| Participación en el mercado                   | 0,07     | 4      | 0,28        | 3         | 0,21     | 3        | 0,21        | 2      | 0,14        |
| Crecimiento de la participación en el mercado | 0,09     | 3      | 0,27        | 3         | 0,27     | 3        | 0,27        | 2      | 0,18        |
| Costos unitarios                              | 0,06     | 3      | 0,18        | 2         | 0,12     | 4        | 0,24        | 3      | 0,18        |
| Canales de distribución                       | 0,08     | 3      | 0,24        | 3         | 0,24     | 2        | 0,16        | 3      | 0,24        |
| Capacidad de los proveedores                  | 0,08     | 4      | 0,32        | 3         | 0,24     | 4        | 0,32        | 3      | 0,24        |
| Calidad de los productos y servicios          | 0,17     | 4      | 0,68        | 4         | 0,68     | 4        | 0,68        | 3      | 0,51        |
| Imagen de la marca                            | 0,07     | 3      | 0,21        | 3         | 0,21     | 3        | 0,21        | 2      | 0,14        |
| Capacidad productiva                          | 0,01     | 1      | 0,01        | 1         | 0,01     | 1        | 0,01        | 1      | 0,01        |
| Capacidad gerencial (GERENTE)                 | 0,08     | 2      | 0,16        | 3         | 0,24     | 3        | 0,24        | 3      | 0,24        |
| Estructura de la competencia                  | 0,05     | 3      | 0,15        | 2         | 0,1      | 3        | 0,15        | 2      | 0,1         |
| Fortalezas y debilidades                      | 0,1      | 3      | 0,3         | 3         | 0,3      | 3        | 0,3         | 3      | 0,3         |
| Nivel tecnológico                             | 0,1      | 4      | 0,4         | 3         | 0,3      | 3        | 0,3         | 3      | 0,3         |
| Desempeño en investigación y desarrollo       | 0,04     | 2      | 0,08        | 2         | 0,08     | 2        | 0,08        | 2      | 0,08        |
| <b>Total</b>                                  | <b>1</b> |        | <b>3,28</b> |           | <b>3</b> |          | <b>3,17</b> |        | <b>2,66</b> |

Elaboración: La Autora.

**Análisis:**

Como muestra en la tabla anterior, el mayor puntaje es de 3.28 que corresponde a la empresa Phitel Cía. Ltda., siendo la mejor entre la competencia, en segundo lugar está la empresa Surectel Cía. Ltda., con un puntaje del 3.17 y seguidos de esta, la empresa Sharplink y Castellana Telecomunicaciones con un puntaje de 3 y 2.66 respectivamente.

La participación en el mercado, capacidad de los proveedores, la calidad de los productos/ servicios y el nivel tecnológico, tienen un valor de 4 respectivamente, muestran las fortalezas mayores que tiene Phitel Cía. Ltda., frente a la competencia, esto hace que este en los primeros lugares en el mercado.

También existen debilidades fuertes como es la capacidad gerencial que está representada por el Gerente de la empresa y el diseño en investigación y desarrollo con un valor del 0.16 y 0.08 respectivamente, estas debilidades se deben ir mejorando para que se conviertan en una oportunidad y puede ser en fortaleza.

La competencia que sigue según el puntaje es Surectel Cía. Ltda., con fortalezas como los costos unitarios, capacidad de los proveedores y la calidad de los productos y servicios; para Phitel Cía. Ltda., es competencia directa ya que lleva más tiempo en el mercado y cuenta con más experiencia en brindar soluciones eléctricas, electrónicas y de telecomunicaciones.

## **Capítulo 4**

### **4. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del entorno**

En este capítulo se menciona el análisis interno y externo de la empresa por medio de la Matriz FODA, donde contiene las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del entorno. Por medio de esta matriz se crea estrategias para poder cumplir con los objetivos. Dentro del mismo capítulo, está enfocado el análisis de la matriz EFI y EFE que contiene la ponderación del análisis tanto interno y externo de la matriz antes mencionada.

La matriz de ALTO IMPACTO, se caracteriza por ubicar las estrategias precisas para el mejoramiento de la empresa y para aprovechar las oportunidades que se presentan en el medio.

#### **Matriz Foda**

El FODA es un análisis hacia adentro y hacia afuera de la organización, un diagnóstico que se realiza con el propósito de apreciar exactamente cuáles son los espacios de maniobra que se le ofrecen. Apunta a evitar riesgos, superar limitaciones, enfrentar los desafíos y aprovechar las potencialidades que aparecen en dicho análisis. (Fundación Compromiso, 2005).

Según Fundación Compromiso (2005), determina en el aspecto interno, cuáles son las fortalezas y debilidades de una organización y para qué cosas está mejor preparada; por el

contrario, en el aspecto externo se trata en realidad lo que la organización no controla ni conoce, estas son las debilidades y amenazas. (Fundación Compromiso, 2005).

**Cuadro N° 45 – Matriz FODA**

|                         | <b>Fortalezas</b>                                       | <b>Debilidades</b>   |
|-------------------------|---|--|
| <b>Análisis Interno</b> | 1. Mano de obra calificada                              | 1. Falta de publicidad   |
|                         | 2. Talento humano                                       | 2. Falta de capital  |
|                         | 3. Calidad en el servicio                               | 3. Personal de apoyo   |
|                         | 4. Certificaciones en marcas                            | 4. Falta de capacitación   |
|                         | 5. Tener los mejores precios del mercado                | 5. Poca capacidad productiva                                       |
|                         | 6. Tecnología de punta                                  | 6. Falta de un Plan de Marketing                                   |
|                         | 7. Excelente relación con el cliente                    | 7. Falta de local propio   |
|                         |   | 8. Actualización de la página de la red social Facebook y Twitter. |
|                         | <b>Oportunidades</b>                                    | <b>Amenazas</b>  |
| <b>Análisis Externo</b> | 1. Contratación Pública                                 | 1. Salvaguardias   |
|                         | 2. Fallas de la competencia                             | 2. Mejoras de la Competencia                                       |
|                         | 3. Precios competitivos                                 | 3. Cambios de gobierno   |
|                         | 4. Aprovechar el mercado poco explotado                 | 4. Impuestos imprevistos   |
|                         | 5. Lugares adecuados para la ubicación de los servicios | 5. Falta de estacionamiento  |

**Fuente:** Encuestas a los clientes y empleados; entrevista al gerente

**Elaboración:** La Autora

Finalmente, esta herramienta denominada FODA debe ser utilizada para saber la situación actual de la empresa, valorar lo que posee y fortalecer la parte débil si tuviera, es decir, es traducir el diagnóstico de la situación en acciones para el mejoramiento de las estrategias utilizadas y las perspectivas de la empresa.

## Evaluación de Factores Internos (EFI)

**Cuadro N° 46 – Matriz EFI**

| <b>Fortalezas</b>  |   | <b>Ponderación</b> | <b>Puntuación</b> | <b>Valor</b> |
|--------------------|---|--------------------|-------------------|--------------|
| 1.                 | Mano de obra calificada   | 0,09               | 4                 | 0,36         |
| 2.                 | Talento humano  | 0,05               | 3                 | 0,15         |
| 3.                 | Calidad en el servicio  | 0,11               | 4                 | 0,52         |
| 4.                 | Certificaciones en marcas                                       | 0,14               | 4                 | 0,64         |
| 5.                 | Tener los mejores precios del mercado                           | 0,05               | 3                 | 0,15         |
| 6.                 | Tecnología de punta   | 0,08               | 3                 | 0,27         |
| 7.                 | Excelente relación con el cliente                               | 0,08               | 4                 | 0,36         |
| <b>Debilidades</b> |   |                    |                   |              |
| 1.                 | Falta de publicidad   | 0,09               | 2                 | 0,18         |
| 2.                 | Falta de capital  | 0,03               | 1                 | 0,03         |
| 3.                 | Personal de apoyo   | 0,04               | 1                 | 0,04         |
| 4.                 | Falta de capacitación   | 0,05               | 2                 | 0,10         |
| 5.                 | Poca capacidad productiva                                       | 0,02               | 1                 | 0,02         |
| 6.                 | Falta de un Plan de Marketing                                   | 0,07               | 2                 | 0,14         |
| 7.                 | Falta de local propio   | 0,04               | 2                 | 0,08         |
| 8.                 | Actualización de la página de la red social Facebook y Twitter. | 0,06               | 3                 | 0,18         |
| <b>Total</b>       |   | <b>1</b>           |                   | <b>3,22</b>  |

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** La Autora.

## Evaluación de Factores Externos (EFE)

### Cuadro N° 47 – Matriz EFE

| Oportunidades   | Ponderación | Puntuación | Valor |
|---|-------------|------------|-------|
| 1. Contratación Pública                                 | 0,25        | 4          | 1     |
| 2. Fallas de la competencia                             | 0,12        | 3          | 0,36  |
| 3. Precios competitivos                                 | 0,09        | 4          | 0,36  |
| 4. Aprovechar el mercado poco explotado                 | 0,11        | 4          | 0,44  |
| 5. Lugares adecuados para la ubicación de los servicios | 0,09        | 3          | 0,27  |
| Amenazas  |             |            |       |
| 1. Salvaguardias  | 0,08        | 2          | 0,16  |
| 2. Mejoras de la Competencia                            | 0,09        | 1          | 0,09  |
| 3. Cambios de gobierno                                  | 0,05        | 1          | 0,05  |
| 4. Impuestos imprevistos                                | 0,06        | 2          | 0,12  |
| 5. Falta de estacionamiento                             | 0,06        | 2          | 0,12  |
| Total   | 1           |            | 2,97  |

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaboración:** La Autora.

## Matriz de Alto Impacto

### Cuadro N° 48 – Matriz de Alto Impacto

| VARIABLES<br>ESTRATEGICAS   | FORTALEZAS   | DEBILIDADES  |
|---|--|--|
|   |  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mano de obra calificada</li> <li>2. Talento humano</li> <li>3. Calidad en el servicio</li> <li>4. Certificaciones en marcas</li> <li>5. Tener los mejores precios del mercado</li> <li>6. Tecnología de punta</li> <li>7. Excelente relación con el cliente</li> </ol>   |
| OPORTUNIDADES   | ESTRATEGIAS (FO)   | ESTRATEGIAS (DO)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contratación Pública</li> <li>2. Fallas de la competencia</li> <li>3. Precios competitivos</li> <li>4. Aprovechar el mercado poco explotado</li> <li>5. Lugares adecuados para la ubicación de los servicios</li> </ol> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Contar con el talento humano con mano de obra calificada para participar en la contratación pública, brindando calidad en el servicio para satisfacer las necesidades que tiene cada institución pública. (F1- F2- F3- O1)</li> <li>✚ Aprovechar las fallas de la competencia, dando a conocer los mejores precios del mercado y la tecnología de punta que se ofrece a las entidades públicas y privadas. (F5- F6 - O2)</li> <li>✚ Brindar los precios competitivos con el fin de crear fidelidad y excelente relación con los clientes. (F7-O3).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Dar cursos de capacitación al personal de apoyo para poder cumplir con los requerimientos de las entidades del estado por medio de la contratación pública. (D3- D4- O1)</li> <li>✚ Actualizar y realizar una campaña de posicionamiento, publicitando en redes sociales como Facebook, Twitter, además enviar correos electrónicos a la base de datos registrada para que los clientes recuerden los servicios que se brinda. (D1-D8-O4)</li> <li>✚ Realizar un tríptico, donde muestre parte de la empresa, los productos, servicios y sobretodo los precios competitivos que ofrece Phitel Cía. Ltda. a las entidades públicas y privadas (D6- O3)</li> <li>✚ Aprovechar el mercado poco explotado en la Zona 7 del país donde aún no existe tanta competencia, dando apertura a sucursales adecuadas para la prestación de los servicios, cubriendo toda la zona. (O4-O5- D7).</li> </ul> |
| AMENAZAS  | ESTRATEGIAS (FA)   | ESTRATEGIAS (DA)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejoras de la Competencia</li> <li>2. Salvaguardias</li> <li>3. Cambios de gobierno</li> <li>4. Impuestos imprevistos</li> <li>5. Falta de estacionamiento</li> </ol>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Brindar un servicio de alta calidad con tecnología de punta, cumpliendo con las leyes del gobierno y sobretodo pagando las salvaguardias establecidas por el gobierno. (F3-F6- A2)</li> <li>✚ Comunicar a los clientes los cambios del gobierno, tanto en leyes, tipo de contrato, los impuestos imprevistos por el mismo gobierno, de esta manera se dará mejor el servicio y se tendrá una mejor relación con el cliente final. (F7- A4- A4).</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Incrementar un local propio ubicado en un lugar estratégico de la ciudad donde incluya estacionamiento para la comodidad de los clientes. (D7- A5)</li> <li>✚ Regir la ley tal cual propone el gobierno, cumpliendo con lo que concierne al área tecnológica, reduciendo el impacto ambiental para el bienestar de la localidad y del país. (A3-A4- D5).</li> </ul>   |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

## Capítulo 5

### 5. Desarrollo de Objetivos Estratégicos y Presupuesto

En el presente capítulo se va a realizar el desarrollo de los objetivos estratégicos y el presupuesto para la realización de la campaña de posicionamiento y creación de valor para la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., en la ciudad de Loja.

Consiste en desarrollar parte por parte, es decir se busca el problema, la meta, las estrategias, la táctica, las políticas, las actividades y el responsable del desarrollo de dicho objetivo estratégico.

### **Estrategias resultantes de la combinación FO, FA, DO, DA**

1. Contar con el talento humano con mano de obra calificada para participar en la contratación pública, brindando calidad en el servicio para satisfacer las necesidades que tiene cada institución pública.
2. Realizar un tríptico, donde muestre parte de la empresa, los productos, servicios y sobretodo los precios competitivos que ofrece Phitel Cía. Ltda. a las entidades públicas y privadas.
3. Incrementar un local propio ubicado en un lugar estratégico de la ciudad donde incluya estacionamiento para la comodidad de los clientes.
4. Aprovechar el mercado poco explotado en las ciudades de Machala y Zamora Chinchipe, pertenecientes a la Zona 7 del país, donde aún no existe tanta competencia, dando apertura a sucursales adecuadas para la prestación de los servicios, cubriendo toda la zona.
5. Actualizar y realizar una campaña de posicionamiento, publicitando en redes sociales como Facebook, Twitter, además enviar correos electrónicos a la base de datos registrada para que los clientes recuerden los servicios que se brinda.
6. Dar cursos de capacitación al personal de apoyo para poder cumplir con los requerimientos de las entidades del estado por medio de la contratación pública.

## Plan de acción

### Estrategia N° 1 – Productos o Servicios

- ✚ Contar con el talento humano con mano de obra calificada para participar en la contratación pública, brindando calidad en el servicio para satisfacer las necesidades que tiene cada institución pública.

**Cuadro N° 49 – Estrategia N° 1 – Productos o Servicios**

| Problema  | Meta  | Estrategia   | Tácticas   | Actividades   | Responsable  |
|---|---|--|--|---|--|
| Poca experiencia en realizar las ofertas de compras públicas y falta de cumplimiento en especificaciones técnicas de los procesos a participar. | Ganar en los procesos lanzados por la entidad de Contratación Pública, brindando el mejor servicio con mano de obra calificada. | Presentar las hojas de vida del talento humano de la empresa donde se verifique que son certificados por las marcas ofertadas. | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cumplir con lo ofertado en cada proceso.</li> <li>○ Demostrar la experiencia de la empresa.</li> <li>○ Presentar certificados donde demuestre ser certificados por la marca.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Señalar el link para el ingreso de la información requerida por la entidad contratante en la plataforma USHAY. (SERCOP).<br/><a href="http://www.compraspublicas.gob.ec">www.compraspublicas.gob.ec</a></li> <li>○ Cumplir con el cronograma que presenta la entidad contratante.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Presidente</li> <li>○ Gerente general</li> <li>○ Secretaria.</li> </ul> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

## Elaboración de Oferta Subasta Inversa Electrónica

Para elaborar la oferta de Subasta Inversa electrónica en la que se va a participar como proveedor, primeramente se debe tener instalado el “Modulo Facilitador USHAY” para entrega de Ofertas; luego se cumple con las especificaciones técnicas, los pliegos donde se indica todo los requerimientos por la entidad contratante.

Finalmente, se imprime la oferta y se adjunta todos los documentos requeridos por la entidad contratante, esto con el fin de enviar en forma física y virtual la oferta a la dirección exacta de dicha Entidad.

### Presupuesto

**Cuadro N° 50– Presupuesto**

| Descripción                | Valor        |
|----------------------------|--------------|
| Internet                   | 20.00        |
| Hojas                      | 3.00         |
| Impresiones                | 5.00         |
| Carpeta                    | 1.20         |
| Sobre manila               | 0.50         |
| Envío por medio de Courier | 5.00         |
| <b>Total</b>               | <b>34.70</b> |

Elaboración: La Autora

## Plan de acción

### Estrategia N° 2 – Precio

- ✚ Realizar un tríptico, donde muestre parte de la empresa, los productos, servicios y sobretodo los precios competitivos que ofrece Phitel Cía. Ltda. a las entidades públicas y privadas.

**Cuadro N° 51 – Estrategia N° 2 – Precio**

| Problema  | Meta   | Estrategia   | Tácticas  | Actividades  | Responsable   |
|---|--|--|---|--|---|
| Desconocimiento de la empresa y lo más importante en este caso de los precios competitivos que brinda la empresa. | Dar a conocer los precios competitivos que ofrece Phitel Cía. Ltda., tanto a las empresas públicas y privadas. | Realizar un tríptico donde se dé a conocer parte de la empresa y los precios competitivos de los servicios que brinda. | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Brindar una lista de precios actualizada.</li> <li>○ Hacer conocer los productos y servicios que se brinda con sus respectivos precios.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Elaborar un borrador del modelo del tríptico.</li> <li>○ Echar en marcha dicho modelo del tríptico con información valiosa y entendible para los usuarios.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jefe de proyectos</li> <li>○ Gerente general</li> <li>○ Secretaria.</li> </ul> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

## Información relevante que integrará el Tríptico

### Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda.

Figura N° 46– Logo



Fuente: Phitel Cía. Ltda.

Es una empresa innovadora en diseño y planificación de diferentes sistemas, aplica de manera continua los últimos avances tecnológicos a las soluciones y servicios que brinda dicha empresa.

#### **Productos y servicios**

Los productos y servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., se detallan a continuación:

- **Servicios:**
  - Sistemas Eléctricos**
  - Redes eléctricas en baja, media y alta tensión.
  - Sistemas de control automático industrial.



- Sistemas de UPS y regulación de voltaje.

### Sistemas electrónicos:

- Sistemas de detección de incendios
- Sistemas de intrusión.
- Sistemas de video vigilancia interna y externa IP y Análoga
- Sistemas de control de personal y control de acceso.
- Sistemas de sonorización interna y externa



- Sistemas de video y sonido profesional
- Sistemas de Tv por cable
- Sistemas de llamado a enfermeras, etc.

### Telefonía:

- Acometidas telefónicas, redes telefónicas internas.



- Equipamiento en centrales telefónicas analógicas, digitales e IP.
- Servidores de comunicaciones sobre plataforma de voz IP
- Sistemas de telefonía inalámbrica
- Redes de planta externa.

### Radiocomunicación:

- Sistemas de Radiofrecuencia para comunicación de voz y datos.

## Cableado Estructurado:



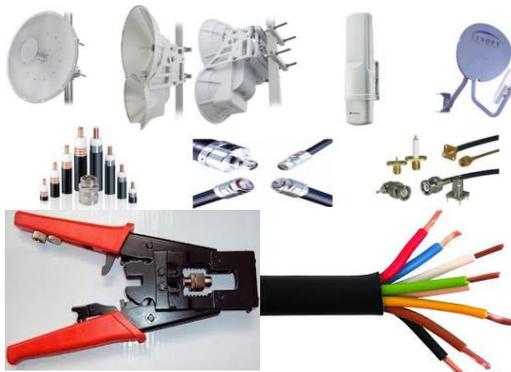
- Sistemas de cableado estructurado.
- Redes de Fibra Óptica
- Cable UTP categoría 5e, 6, 6a, 7.

- Gabinetes y racks metálicos de toda medida.
- Canaletas decorativas y accesorios
- Cable coaxial, cable telefónico y fibra óptica
- Provisión y montaje de equipos de red (switches, routers, etc.)
- Pruebas de certificación de cableado estructurado.



## ○ Productos:

La venta al por menor de aparatos y equipos de comunicación, incluido partes y piezas.



### **Precio**

El precio de los servicios depende de muchos materiales y de la categoría que se va a poner.

- Sistemas de cableado estructurado cat 6: 140 dólares
- Sistemas de cableado estructurado cat 6 a: 190 dólares
- Punto eléctrico: 80

Aparte los equipos activos que se vaya a utilizar dependen de marca y modelo; esto se cumple de acuerdo a las especificaciones técnicas que cada institución o entidad requieran.

Cuadro N° 52 – Lista de precios

| CABLEADO ESTRUCTURADO: PANDUIT         |  |                 |
|--|--|-----------------|
| CODIGO PRODUCTO                        | PRODUCTO   | MEJOR PRECIO    |
| <b>CATEGORIA 6 UTP</b>                 |  |                 |
| PAN CJ688TPBL                          | JACK MINICOM CAT. 6 (NEGRO, AZUL, BLANCO, ROJO)            | \$ 5.88         |
| PAN PUR6004IG                          | CABLE UTP CMR 24 AWG CAT. 6 GRIS                           | \$ 0.62         |
| PAN UTPSP3                             | PATCH CORD CAT. 6. 3 FT. BLANCO, AZUL, ROJO                | \$ 7.39         |
| PAN UTPSP7                             | PATCH CORD CAT. 6. 7 FT. BLANCO, AZUL, ROJO                | \$ 8.77         |
| <b>CAT 6A UTP</b>                      |  |                 |
| PAN CJ6X88TGBL                         | JACK MINICOM CAT. 6A (NEGRO, AZUL, BLANCO, ROJO)           | \$ 9.82         |
| PAN PUR6A04WH-UG                       | CABLE UTP CMR 23 AWG CAT. 6A BLANCO                        | \$ 1.29         |
| PAN UTP6A3                             | PATCH CORD CAT. 6A 3 FT. BLANCO, AZUL, ROJO                | \$ 10.98        |
| PAN UTP6A7                             | PATCH CORD CAT. 6A 7 FT. BLANCO, AZUL, ROJO                | \$ 12.64        |
| PAN UTP6A10                            | PATCH CORD CAT. 6A 10 FT. BLANCO                           | \$ 13.97        |
| <b>CAT 6A BLINDADO</b>                 |  |                 |
| PAN CJS6X88TGY                         | JACK MINICOM CAT. 6A BLINDADO 8 POSICIONES RJ-45           | \$ 10.56        |
| PAN PFL6X04BU-CEG                      | CABLE FTP LSZH CAT. 6A BLINDADO 4 PARES 23 AWG             | \$ 1.23         |
| PAN STP6X3IG                           | PATCH CORD BLINDADO CAT. 6A 3 PIES 10 GBS STP              | \$ 12.66        |
| PAN STP6X7IG                           | PATCH CORD BLINDADO CAT. 6A 7 PIES 10 GBS STP              | \$ 15.50        |
| <b>SALIDAS, PANELES Y ACCESORIOS</b>   |  |                 |
| PAN CFPE1IW                            | FACE PLATE MINICOM 1 POS. (BLANCO)                         | \$ 2.06         |
| PAN CFPE2IW                            | FACE PLATE MINICOM 2 POS BLANCO                            | \$ 2.06         |
| PAN CFPE4IW                            | FACE PLATE MINICOM 4 POS BLANCO                            | \$ 2.06         |
| PAN CMBBL-X                            | BLANK P/MINICOM (NEGRO)                                    | \$ 0.39         |
| PAN CMBIW-X                            | BLANK P/MINICOM (ALMENDRA)                                 | \$ 0.39         |
| PAN CP24BL                             | PATCH PANEL MODULAR 24P (METALICO)                         | \$ 22.29        |
| PAN CPPL24WBL                          | PATCH PANEL MODULAR 24P MINICOM CON ETIQUETA               | \$ 18.84        |
| PAN CPPL48WBL                          | PATCH PANEL MODULAR 48P MINICOM CON ETIQUETA               | \$ 41.06        |
| PAN CPPLA24WBL                         | PATCH PANEL MODULAR 24P MINICOM ANGULAR                    | \$ 40.89        |
| <b>RACKS Y ORGANIZADORES</b>           |  |                 |
| PAN CMR19X84                           | RACK ABIERTO DE 84p  | \$ 277.82       |
| PAN CN1                                | RACK COMPLETO  | \$8,531.23      |
| PAN WMPH2E                             | PANNET 19P HORZ CABLE MGR 2RU                              | \$ 84.86        |
| PAN WMPV45E                            | ORGANIZADOR VERTICAL FRONTAL Y POSTERIOR PARA RACK DE 4P.  | \$ 249.77       |
| <b>GABINETES Y ACCESORIOS:BEAUCOUP</b> |  |                 |
| CODIGO PRODUCTO                        | PRODUCTO   | PRECIO REFERENC |
| <b>BANDEJAS</b>                        |  |                 |
| BEA BNJ-101V                           | BANDEJA ESTANDAR 2Ur 19P. 89.5X444X367mm VENTILADA         | \$ 12.81        |
| BEA BNJ-103V                           | BANDEJA SOPORTE SEPARADO 2Ur 19P. 89.5X444X295mm VENTILADA | \$ 14.49        |
| BEA BNJ-104V                           | BANDEJA DOBLE SERVICIO 2Ur 19P. 89.5X444X653mm VENTILADA   | \$ 21.74        |
| BEA TPL-19-4                           | MULTITOMA HORIZONTAL 19 4 TOMAS DOBLES                     | \$ 22.79        |
| BEA TPL-48-8                           | MULTITOMA 44 8 TOMAS DOBLES                                | \$ 29.40        |
| BEA TPL-72-8                           | MULTITOMA 68 8 TOMAS DOBLES                                | \$ 45.36        |
| BEA TPL-84-12                          | MULTITOMA 76 12 TOMAS DOBLES                               | \$ 56.77        |

Fuente: Phitel Cía. Ltda.

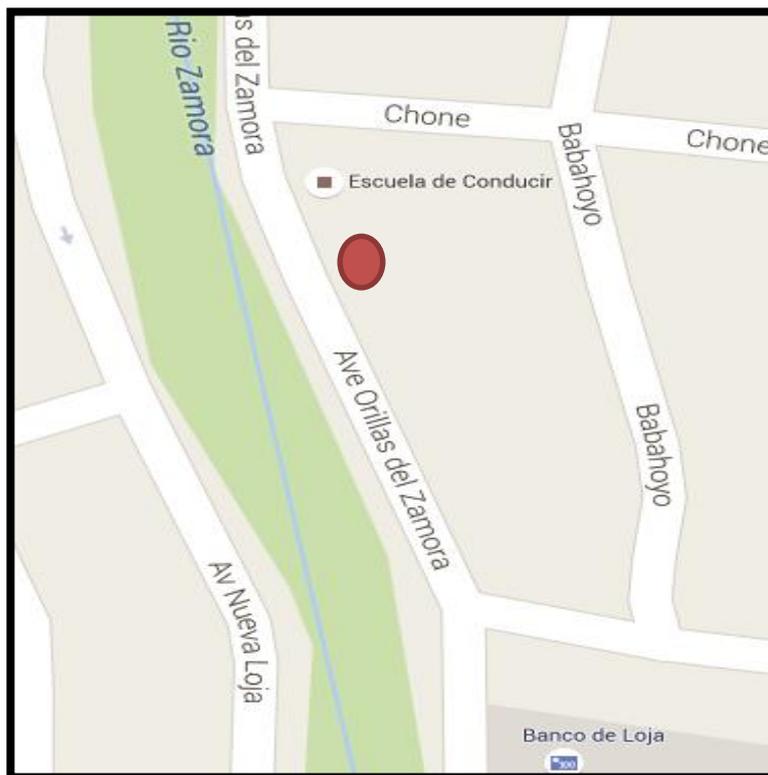
### ✚ Directorio telefónico

- **Dirección electrónica:** [www.phitel.ec](http://www.phitel.ec)
- **Correo electrónico:** [info@phitel.ec](mailto:info@phitel.ec)
- **Facebook:** Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda.
- **Teléfonos:** 07-2614242

### Horario de atención: lunes a viernes

- En atención de 8:30 am a 13hoo y de 15h00 a 18h30.

**Figura N° 47– Ubicación**



Fuente: (Google Maps)

- **Ubicación:** Av. Orillas del Zamora s/n y Chone (Junto a la Escuela de conducción “Conducir”)



## Presupuesto

### Cuadro N° 53– Presupuesto

| Descripción      | Valor        |
|------------------|--------------|
| Internet         | 20.00        |
| Hojas            | 3.00         |
| Impresiones      | 5.00         |
| Mano de obra     | 5.00         |
| Pago de teléfono | 10.00        |
| <b>Total</b>     | <b>43.00</b> |

Elaboración: La Autora

## Plan de acción

### Estrategia N° 3 – Plaza

- ✚ Incrementar un local propio ubicado en un lugar estratégico de la ciudad donde incluya estacionamiento para la comodidad de los clientes.

**Cuadro N° 54– Estrategia N° 3 – Plaza**

| Problema  | Meta   | Estrategia   | Tácticas   | Actividades  | Responsable   |
|---|--|--|--|--|---|
| Arrendar el local con falta de estacionamiento para la comodidad de los clientes. | Inaugurar un local propio, ubicado en un lugar estratégico de la ciudad de Loja. | Ubicar el local en un lugar estratégico donde el cliente sienta confianza y comodidad estando en las oficinas de Phitel Cía. Ltda. | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ubicación del local.</li> <li>○ Estacionamiento de los vehículos.</li> <li>○ Ofrecer a las empresas públicas y privadas de la ciudad, los servicios que se brinda.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Buscar el lugar estratégico.</li> <li>○ Contar con estacionamiento exclusivo para los clientes.</li> <li>○ Comunicar donde va a estar ubicado el local.</li> <li>○ Cambiar la dirección de la ubicación en los Entes reguladores como: SRI, Patente Municipal, Superintendencia de Compañías, SERCOP, etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gerente general</li> <li>○ Presidente</li> </ul> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

### **Estrategia N° 3 – Plaza**

El problema o debilidad que tiene la empresa es que no tiene local propio para el funcionamiento de la misma, ni estacionamiento para la comodidad de los clientes; es por eso que se ha creado una estrategia muy importante como es: Incrementar un local propio ubicado en un lugar estratégico de la ciudad donde incluya estacionamiento para la comodidad de los clientes.

Las actividades que se realizará serán:

- Buscar un lugar estratégico en la ciudad de Loja, donde cuente con estacionamiento o parqueadero propio para la comodidad de los clientes.
- Cambiar la dirección de la ubicación en los Entes reguladores como: SRI, Patente Municipal, Superintendencia de Compañías, SERCOP, etc.

Los responsables de esta actividad y realización de la propuesta son el Gerente general y Presidente.

- **Macro localización**

Las oficinas de la empresa Phitel Cía. Ltda., se van a ubicar en el sur del Ecuador, en la ciudad de Loja, donde se brindara la venta de productos y prestación de servicios a la empresas públicas y privadas de la ciudad.

**Figura N° 48 – Macro localización**



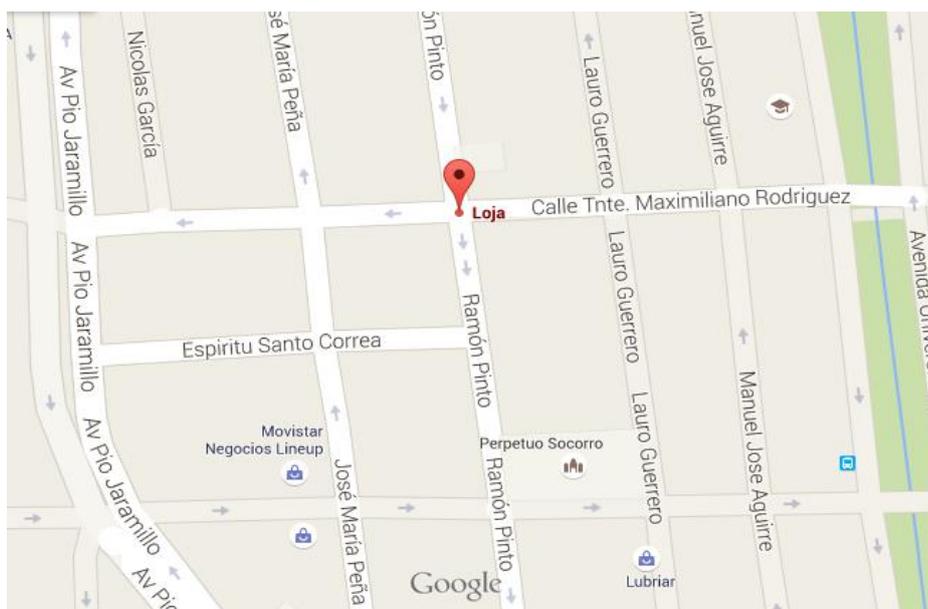
Fuente: (Google Maps)

- **Micro localización**

Phitel Cía. Ltda., estará ubicada en la ciudad de Loja, en las calles Tnte. Maximiliano Rodríguez y Ramón Pinto esquina, en el edificio Celi; éste local cuenta con estacionamiento y parqueadero propio para los clientes de la empresa, con el fin de brindarles comodidad y darles preferencia por ser clientes de Phitel Cía. Ltda.

El local es completamente nuevo, cuenta con diseños exclusivos, tiene mucha iluminación y lo más importante es que está ubicado en un lugar estratégico donde los clientes podrán ubicarse con facilidad.

**Figura N° 49– Micro localización**



Fuente: (Google Maps)

## Presupuesto

**Cuadro N° 55 – Presupuesto**

| Descripción             | Valor           |
|-------------------------|-----------------|
| Compra del local        | 10000.00        |
| Adecuación del local    | 2000.00         |
| Mobiliaria              | 4500.00         |
| Patente y documentación | 350.00          |
| Escrituras              | 480.00          |
| Imprevistos             | 200.00          |
| <b>Total</b>            | <b>17530.00</b> |

Elaboración: La Autora

## Plan de acción

### Estrategia N° 4 – Plaza

- ✚ Aprovechar el mercado poco explotado en las ciudades de Machala y Zamora Chinchipe, pertenecientes a la Zona 7 del país, donde aún no existe tanta competencia, dando apertura a sucursales adecuadas para la prestación de los servicios, cubriendo toda la zona.

**Cuadro N° 56– Estrategia N° 4 – Plaza**

| Problema  | Meta  | Estrategia   | Tácticas  | Actividades  | Responsable   |
|---|---|--|---|--|---|
| Las ciudades que conforman la zona 7 del país, no cuentan con una compañía donde les dé solución en cuanto a sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones. | Incrementar la lista de clientes y posicionarse en el mercado del sur del Ecuador, garantizando calidad y excelente servicio. | Demostrar la experiencia que tiene la empresa, junto con la mano calificada en marcas, así como el excelente servicio que presta Phitel Cía. Ltda. | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ubicación del local.</li> <li>○ Estacionamiento de los vehículos.</li> <li>○ Cubrir con las soluciones que necesiten las empresas de la Zona 7.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ubicar en un lugar estratégico.</li> <li>○ Dar apertura una sucursal en la ciudad de Machala y Zamora Chinchipe.</li> <li>○ Registrar en el SRI, la apertura de sucursales en las ciudades ya mencionadas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gerente general</li> </ul> <p>Se responsabiliza de realizar la apertura de sucursales en lugares poco explotados en la rama de telecomunicaciones, para dar solución a dichos problemas.</p> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

### **Estrategia N° 4 – Plaza**

La Zona 7 del Ecuador, es un mercado que está poco explotado en cuanto a los sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones, es por eso que se dará apertura a dos sucursales que estarán ubicadas en las ciudades de Machala y Zamora Chinchipe respectivamente, con el fin de brindar soluciones tecnológicas a las empresas públicas y privadas. La empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., demostrará la experiencia suficiente, junto con la mano calificada en marcas, así como el excelente servicio y calidad que se brinda, esto con el fin de tomar mercado y posicionar la empresa en la Zona 7 del país.

Las actividades que se realizarán serán:

- Registrar en el SRI, la apertura de sucursales en las ciudades ya mencionadas, este es un requisito indispensable para el funcionamiento de las mismas.
- Los locales donde se ubicarán las dos sucursales serán arrendados.

Los responsables de la propuesta y el desarrollo de la misma, será el Gerente general, se responsabiliza de realizar la apertura de sucursales en lugares poco explotados en la rama de telecomunicaciones, para dar solución a dichos problemas.

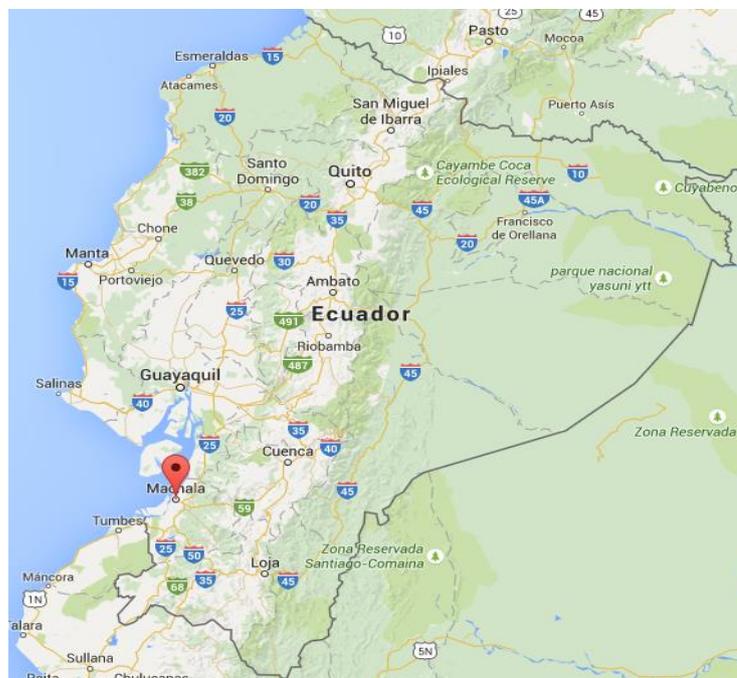
El objetivo de esta estrategia es cubrir la Zona 7, satisfaciendo las necesidades que tienen las entidades públicas y privadas de la zona; así como brindar fuentes de trabajo para las personas de cada localidad y sobre todo posicionar la empresa en este mercado.

## Apertura de la sucursal uno en la ciudad de Machala

### ▪ Macro localización

La sucursal uno, de la empresa Phitel Cía. Ltda., se va a ubicar en el sur del Ecuador, en la Zona 7, en la ciudad de Machala, donde se brindara la venta de productos y prestación de servicios a las empresas públicas y privadas de la ciudad.

**Figura N° 50 – Macro localización**



Fuente: (Google Maps)

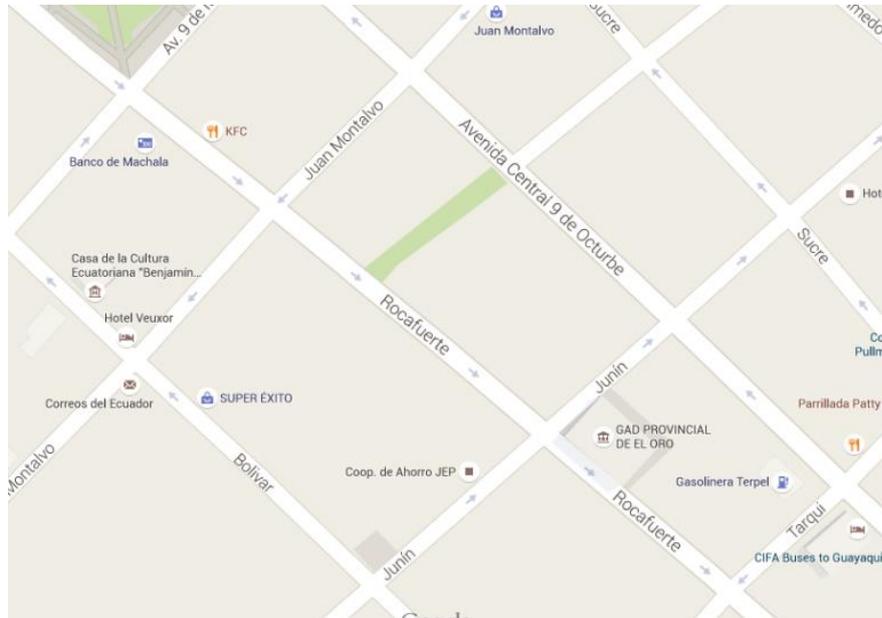
### ▪ Micro localización

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., sucursal Machala, estará ubicada en las calles Junín y Bolívar, junto a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Once de Junio” Ltda.

El local está ubicado en un lugar estratégico, cerca del centro de la ciudad donde se ubican las empresas públicas más importantes de la localidad, estas son: Gobierno

Autónomo Descentralizado de Machala., GAD del El Oro, Gobierno Provincial, entre otras entidades públicas y privadas de la ciudad.

**Figura N° 51 – Micro localización**



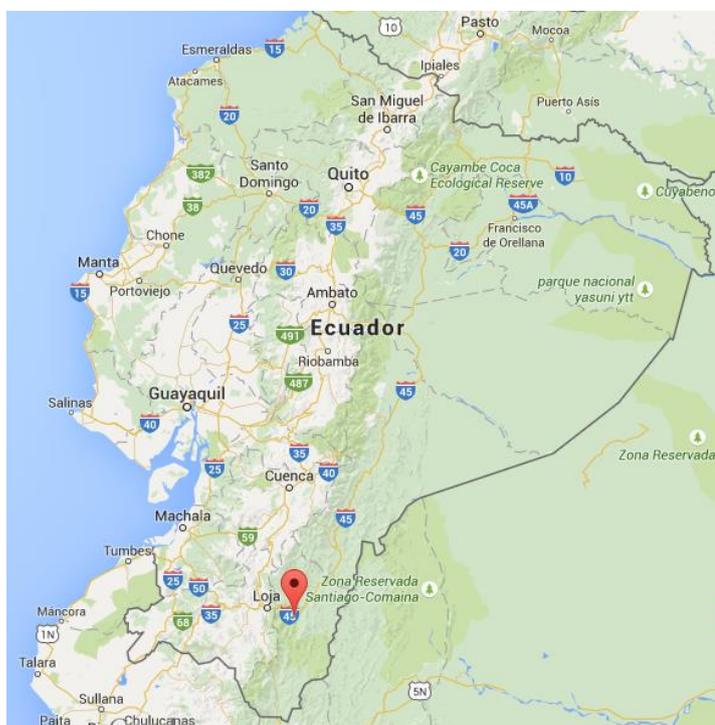
**Fuente:** (Google Maps)

## Apertura de la sucursal Dos en la ciudad de Zamora Chinchipe

### ▪ Macro localización

La sucursal dos, de la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., se va a ubicar en el sur del Ecuador, en la Zona 7, en la ciudad de Zamora Chinchipe, donde se brindará la venta de productos y prestación de servicios a las empresas públicas y privadas de la ciudad.

**Figura N° 52– Macro localización**



Fuente: (Google Maps)

### ▪ Micro localización

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., sucursal Zamora Chinchipe, estará ubicada en las calles Pío Jaramillo Alvarado y Jorge Mosquera, en el centro de la ciudad, alrededor del Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe, del Parque Central y del Terminal Terrestre, un lugar fácil de ubicar.

**Figura N° 53– Micro localización**

Fuente: (Google Maps)

**Presupuesto****Cuadro N° 57 – Presupuesto**

| Cantidad     | Descripción           | Valor           |
|--------------|-----------------------|-----------------|
| 2            | Arriendo de locales   | 300.00          |
| 2            | Servicios Básicos     | 150.00          |
| 2            | Mobiliaria            | 5000.00         |
| 4            | Equipos de computo    | 4300.00         |
| 2            | Patentes y permisos   | 500.00          |
| 2            | Materiales de oficina | 450.00          |
| 2            | Imprevistos           | 300.00          |
| <b>Total</b> |                       | <b>11000.00</b> |

Elaboración: La Autora

## Plan de acción

### Estrategia N° 5 – Publicidad

- Actualizar y realizar una campaña de posicionamiento, publicitando en redes sociales como Facebook, Twitter, además enviar correos electrónicos a la base de datos registrada para que los clientes recuerden los servicios que se brinda.

**Cuadro N° 58 - Estrategia N° 5 – Publicidad**

| Problema  | Meta  | Estrategia  | Tácticas   | Actividades   | Responsable   |
|---|---|---|--|---|---|
| Falta de publicidad de la empresa Phitel Cía. Ltda., por ende no hay posicionamiento de la compañía en la ciudad de Loja. | Lograr lugar en el mercado y posicionar a la empresa por medio de la publicidad en redes sociales y envío de correos electrónicos a los clientes. | Hacer publicaciones en redes sociales como: Facebook, Twitter, para recordar y dar a conocer los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicar fotos de los trabajos realizados.</li> <li>Subir los productos y servicios que se brinda.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Actualizar la página de las redes sociales de Facebook y Twitter que tiene la empresa.</li> <li>Invitar a las personas para que le den like a la página y así estén actualizados de lo que tiene la empresa.</li> <li>Mantener las redes sociales siempre actualizadas.</li> <li>Enviar correos electrónicos con la carta de presentación para que recuerden los servicios que se brinda.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente general</li> <li>Presidente</li> <li>Secretaria</li> </ul> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

### **Estrategia N° 5 – Publicidad**

La falta de posicionamiento de la empresa se debe a la falta de publicidad de la misma, ya que solo es conocida por referencias empresariales o personales, más no por la publicidad que se le dé.

La meta es lograr el posicionamiento de la empresa en la ciudad de Loja, por medio de la publicidad que se les asigne a los responsables de dicha campaña publicitaria.

Mantener actualizada las páginas de redes sociales, harán que los clientes o las personas que interactúen, estén pendientes de las cosas y actividades que se publiquen en la página.

Se enviarán correos electrónicos a la base de datos de clientes, donde se muestre la carta de presentación, ésta contiene toda la información relevante de la empresa, los productos y servicios que brinda, así como la ubicación de Phitel Cía. Ltda.; tendrá como objetivo recordarles la calidad de servicio que ofrece la empresa.

Los responsables de la actividad serán los integrantes de la compañía que es el Gerente general, Presidente y la Secretaria.



## Página de Facebook



La página de Facebook sirve para generar clientes potenciales ya que se puede construir una base de datos de las personas o empresas que están interesadas en los productos y servicios que ofrece la empresa, ya que de esta manera se mantendrá en contacto y se tendrá presente cuando realice la compra.

Para fortalecer los clientes actuales se debe estar actualizando la página casi todos los días para que estén al tanto de las novedades y de información valiosa que a ellos les interesa.

La finalidad de la página en Facebook es para generar clientes potenciales, utilizando información complementaria como imágenes, folletos, audios, fechas importantes, etc.

**Figura N° 54– Página de Facebook**



Fuente: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

- ✓ Información de la Página de Facebook de la empresa Phitel Cía. Ltda.

**Figura N° 55– Información de la Página de Facebook**

Busca personas, lugares y cosas

Jackeline Inicio 2

**"Muy Pronto"**

**Tienda Virtual**

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda. Telecomunicaciones

Te gusta Siguiendo Mensaje

Biografía Información Fotos Me gusta Videos

Información sobre Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda.

Información de la página

INFORMACIÓN DE LA PÁGINA

|                   |   |
|-------------------|---|
| Dirección         | Av. Orillas de Zamora y Chone, Loja (Ecuador)   |
| Descripción breve | Phitel es una empresa integradora en soluciones y servicios eléctricos, electrónicos y de comunicaciones. |
| Productos         | Monitoreo Vehicular, Sistemas Eléctricos, Acometidas, Redes internas, Centrales telefónicas... Ver más    |
| Teléfono          | 072614242   |
| Comeo electrónico | info@phitel.ec  |
| Sitio web         | www.phitel.ec   |

Fuente: www.facebook.com

- ✓ Fotos de biografía de la Página de Facebook de la empresa Phitel Cía. Ltda.

**Figura N° 56– Fotos**

https://www.facebook.com/media/set/?set=a.369177069852751.1073741828.113093445461116&type=3

Phitel Servicios y Tecnología... Fotos

Fotos de la biografía

Actualizado hace aproximadamente 11 meses

Los Lunes no lucen tan malos si los ves con la actitud correcta

Fuente: www.facebook.com

- ✓ Noticias relevantes

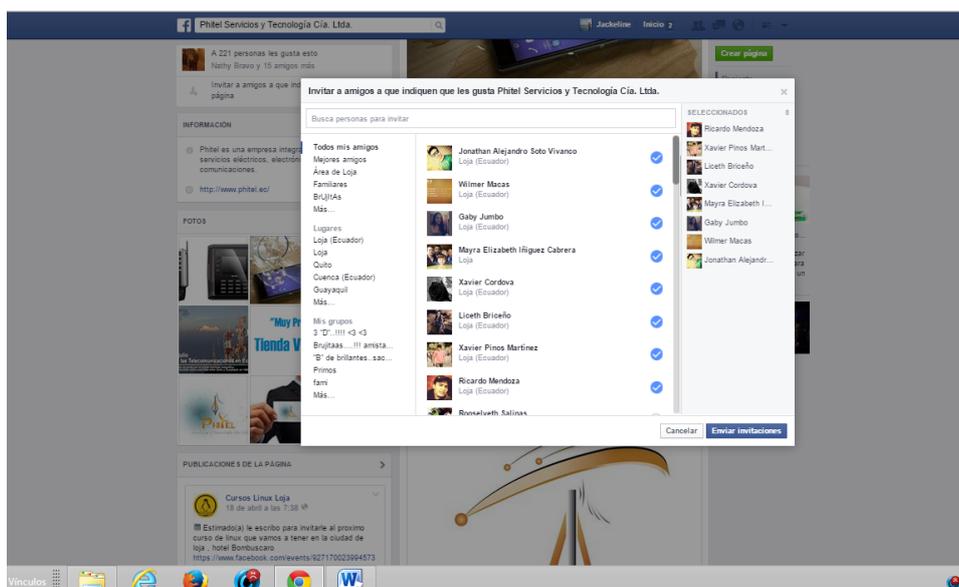
**Figura N° 57– Noticias relevantes**



Fuente: www.facebook.com

- ✓ Invitar a las personas para que le den like a la página y así estén actualizados de lo que tiene la empresa.

**Figura N° 58– Invitar amigos**



Fuente: www.facebook.com



## Twitter



Twitter permite enviar y recibir mensajes de lo que está ocurriendo en ese momento, es decir por medio de pocas palabras se da una noticia o un acontecimiento que sucede en el instante.

Permite también obtener información directa y precisa, evitando el uso de muchas palabras; tiene una ventaja muy buena que es la recordación de dicha publicación y los que le siguen pueden comentar o interactuar con dicha noticia.

Esta aplicación es una herramienta que puede ayudar a encontrar nuevos clientes, así también sirve para promocionar las novedades de la empresa, así como los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.

Twitter permite conectarse con los clientes y con las personas que siguen a la página para estar pendientes de la información que se proporciona, obteniendo comentarios valiosos que ayudarán que la empresa sea posicionada en la ciudad de Loja.

Se hará la creación de la página de Twitter, para poder estar informados de lo que acontece al redor de la empresa y de las novedades que haya acerca de la rama de tecnología y telecomunicaciones.

- ✓ Creación de la página de Twitter

**Figura N° 59 – Creación de la página**

Únete hoy a Twitter.

Phitel Cia. Ltda. ✓

jackeline@phitel.ec ✓

•••••••• ✓

PhitelCiaLtda ✓

Recomendaciones: CiaPhitel | PhitelCia | LtdaPhitel | PhitelLtda | cia\_phitel

Personalizar Twitter en función a mis visitas recientes a sitios web. [Más información.](#)

[Regístrate](#)

By signing up, you agree to the [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#), including [Cookie Use](#). Others will be able to find you by email or phone number when provided.

Fuente: [www.twitter.com](http://www.twitter.com)

- ✓ Introduce el código de verificación de la cuenta

**Figura N° 60– Verificación**

Introduce el código de verificación

Deberías recibir un mensaje de texto nuestro con un código de verificación corto. Por favor, introdúcelo abajo.

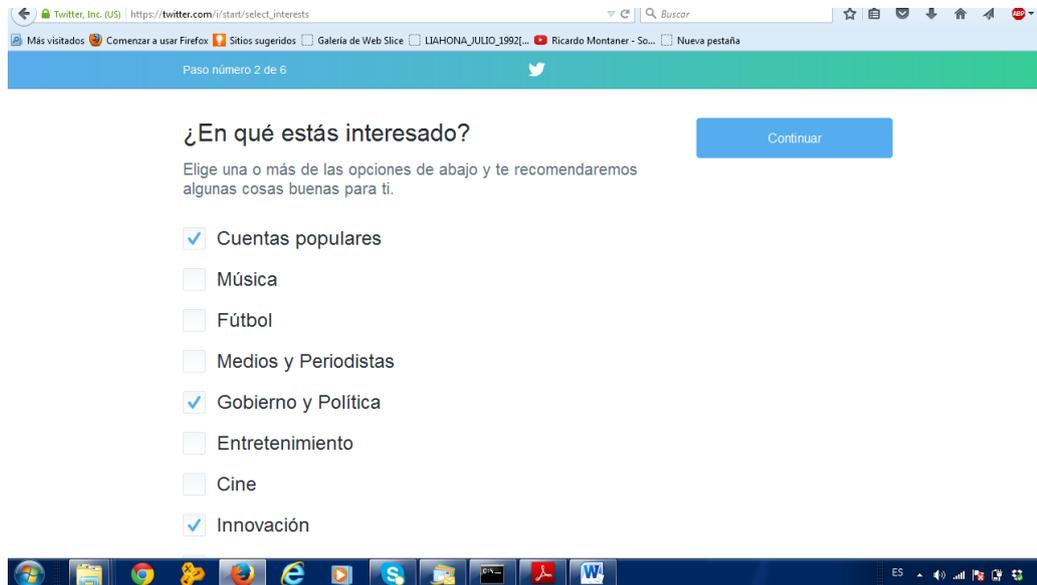
449696 [Verificar](#)

[¿No has recibido el mensaje de texto después de un minuto? Introduce tu número de teléfono de nuevo.](#)

Fuente: [www.twitter.com](http://www.twitter.com)

- ✓ Páginas que interesan a Phitel Cía. Ltda.

### Figura N° 61 – Páginas de interés



Fuente: www.twitter.com

- ✓ Recomendaciones para Phitel Cía. Ltda.

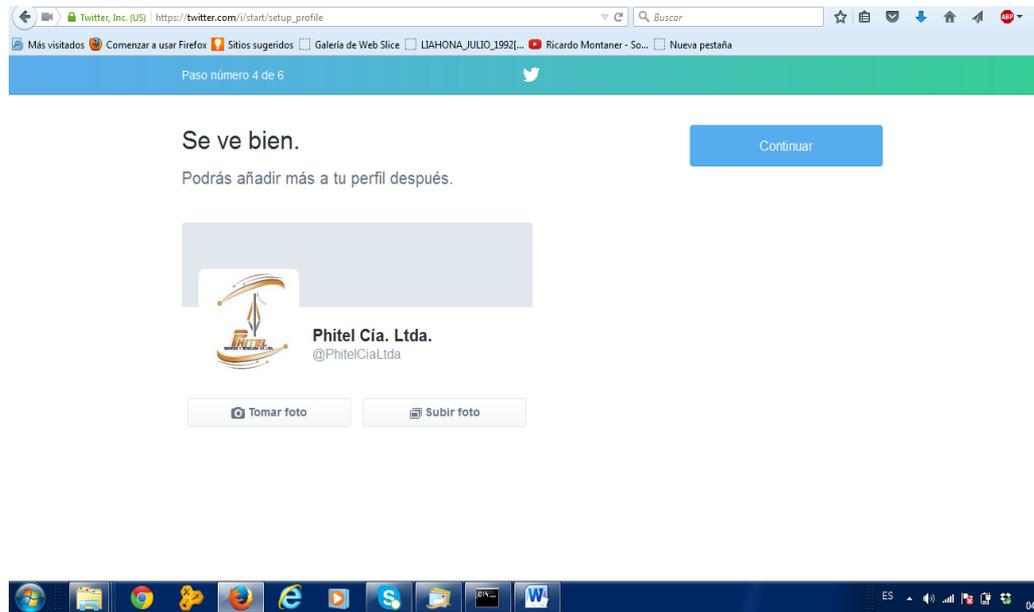
### Figura N° 62- Recomendaciones



Fuente: www.twitter.com

- ✓ Página de inicio

**Figura N° 63– Página de inicio**



Fuente: www.twitter.com

- ✓ Perfil en Twitter de Phitel Cía. Ltda.

**Figura N° 64– Perfil**



Fuente: www.twitter.com

Hotmail Correo



## Correo Electrónico



El correo electrónico es un medio donde permite enviar y recibir mensajes normales, fotos, documentos adjuntos, etc., esto ayuda a obtener información en muy poco tiempo sin importar la distancia, ni el lugar donde se encuentre dicha persona.

La mayoría de las empresas utilizan este medio para comunicar a sus clientes alguna información relevante, así como para informar acerca de descuentos, promociones, catálogos de los productos y servicios, enviar y recibir proformas, precios, etc.

El correo electrónico es muy útil en este medio empresarial, ya que se puede enviar y recibir e-mail con la información de nuevos clientes, proveedores, servicios y productos; esta información lo hace por medio de cartas de presentación empresarial.

### **Carta de presentación de Phitel Cía. Ltda.**

La carta que se presenta a continuación, es la plantilla que se enviará por correo electrónico a todos los clientes de la empresa, es decir a las instituciones públicas y privadas, con la finalidad de recordar lo que la compañía brinda y además demostrar la experiencia que hace que Phitel Cía. Ltda., sea diferente que la competencia.



## Formato de envío por Redes Sociales

Loja, julio de 2015

Señores

Ciudad.-

De nuestras consideraciones.-

El motivo de la presente, es para saludarle y desearle éxitos en las delicadas funciones que su persona tiene encomendadas.

Así como para hacer la presentación de la empresa que representamos, **PHITEL SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA.**, es una empresa integradora en soluciones y servicios eléctricos, electrónicos y de comunicaciones creada con el fin de satisfacer las más altas exigencias de orden tecnológico en Ecuador.

Al ser una empresa innovadora en diseño, planificación, asesoría, construcción, explotación, administración y mantenimiento de diferentes sistemas eléctricos, electrónicos, y de telecomunicaciones, de manera continua aplica los últimos avances tecnológicos a nuestras soluciones y servicios.

Brindando soluciones eficaces que permitirán a nuestros clientes su integración con las exigencias vanguardistas en innovación tecnológica.

Además de ofrecer el respaldo total en garantía y calidad de las soluciones proporcionadas ya que nuestra empresa cuenta con un excelente equipo de trabajo integrado por ingenieros, técnicos, instaladores de capacidad proba y el respaldo total de marcas reconocidas internacionalmente.

### Certificaciones:

- Certificación técnica en la marca **PANDUIT** para cableado estructurado en cobre y fibra óptica.
- Certificación técnica en la marca **LEVITON** para cableado estructurado en cobre y fibra óptica.
- Certificación técnica en la marca **HONEYWELL** para sistemas de detección de incendios.
- Certificación técnica en la marca **PANASONIC** para instalación y configuración de sistemas telefónicos híbridos.
- Certificación técnica en la marca **ACTI** para instalación y configuración de sistemas de Video Vigilancia analógica e IP.
- Certificación técnica en la marca **ZyXEL** para entrenamiento de seguridad lógica y en Wireless: Configuración de WDS, modo de operación, WPS.
- Certificación técnica en la marca **HIKVISION** para instalación y configuración de sistemas de Video Vigilancia analógica e IP.

Adjunto nos permitimos presentar nuestros servicios potenciales, que comprenden la planificación, diseño, construcción, instalación y provisión en las siguientes áreas estratégicas:

### Sistemas Eléctricos

- Redes eléctricas en baja, media y alta tensión.



- Sistemas de control automático industrial.
- Sistemas de UPS y regulación de voltaje.

#### Sistemas electrónicos:

- Sistemas de detección de incendios
- Sistemas de intrusión.
- Sistemas de video vigilancia interna y externa IP y Análoga
- Sistemas de control de personal y control de acceso.
- Sistemas de sonorización interna y externa
- Sistemas de video y sonido profesional
- Sistemas de Tv por cable
- Sistemas de llamado a enfermeras, etc.

#### Telefonía:

- Acometidas telefónicas, redes telefónicas internas.
- Equipamiento en centrales telefónicas analógicas, digitales e IP.
- Servidores de comunicaciones sobre plataforma de voz IP
- Sistemas de telefonía inalámbrica
- Redes de planta externa.

#### Radiocomunicación:

- Sistemas de Radiofrecuencia para comunicación de voz y datos.

#### Cableado Estructurado:

- Sistemas de cableado estructurado
- Redes de Fibra Óptica
- Cable UTP categoría 5e, 6, 6a, 7.
- Gabinetes y racks metálicos de toda medida.
- Canaletas decorativas y accesorios
- Cable coaxial, cable telefónico y fibra óptica
- Provisión y montaje de equipos de red (switches, routers, etc.)
- Pruebas de certificación de cableado estructurado.

#### Networking

- Diseño y Administración de redes de datos (LAN, WAN, MAN)
- Redes inalámbricas
- Seguridad en redes.
- Mantenimiento y configuración de redes
- Redes Wi-Fi
- Configuración de equipos activos.



A continuación el detalle de los proyectos realizados por nuestra empresa:

| Contratante  | Objeto del contrato (descripción de los bienes o servicios)  | Monto del Contrato | Plazo contractual | Fechas de ejecución     |                          |
|--|--|--------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|
|  |  |                    |                   | Inicio                  | Terminación              |
| Gobierno Provincial de Loja  | Adquisición de equipos para el mejoramiento del Sistema de Video vigilancia de la Institución.   | 16128.00           | 45 días           | 10 de febrero de 2015   | 01 de abril de 2015      |
| Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio                          | Sistema telefónico con Central IP, Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio, en la ciudad de Machala.   | 11332.83           | 10 días           | 11 de marzo de 2015     | 20 de marzo de 2015      |
| Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Paltas                    | Servicio de Cableado Estructurado e instalación de dos servidores para el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Paltas.                                       | 22400.00           | 30 días           | 16 de enero de 2015     | 20 de febrero de 2015    |
| Superintendencia del Control del Poder de Mercado de Loja              | Adquisición e instalación del sistema de Cableado Estructurado y eléctrico para la Superintendencia del Control del Poder de Mercado de Loja.                        | 4987.02            | 20 días           | 11 de noviembre de 2014 | 26 de noviembre de 2014  |
| Ministerio de Coordinación de la Política Económica de la Matriz-Quito | Adquisición e instalación del sistema de Cableado Estructurado y eléctrico para el Ministerio de Coordinación de la Política Económica de la Matriz-Quito            | \$39200            | 45 días           | 11 de agosto de 2014    | 25 de septiembre de 2014 |
| Dirección Provincial del Consejo de la Judicatura en Loja              | Implementación por demanda de la infraestructura tecnológica de datos y eléctrica para dependencias de la Dirección Provincial del Consejo de la Judicatura en Loja. | \$52080.00         | 150 días          | 08 de julio de 2014     | 02 de diciembre de 2014  |
| Contraloría General del Estado   | "Adquisición e instalación del sistema de Cableado Estructurado para las oficinas remodeladas de las Direcciones de Talento Humano y                                 | \$57509.52         | 50 días           | 28 de marzo de 2014     | 16 de octubre de 2014    |



|   |  |              |         |                         |                         |
|---|--|--------------|---------|-------------------------|-------------------------|
|   | de Responsabilidades de la Matriz-Quito de la Contraloría General del Estado"  |              |         |                         |                         |
| Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato | Provisión de equipos para los cuartos de telecomunicaciones del GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO  | 52628.80     | 15 días | 29 de noviembre de 2013 | 04 de diciembre de 2013 |
| Ing. Jaime Rigoberto Baldeón Villegas                     | Ejecución de obra y suministro de materiales electrónicos y de telecomunicaciones para la implementación, adecuación y ampliación en las edificaciones generales del centro de atención distrital en arenillas, provincia de El Oro. | \$ 76987.67  | 21 días | 1 de abril de 2013      | 22 de abril de 2013     |
| Constructora Berlemaq Cía. Ltda.                          | Provisión e instalación de sistema de energía ininterrumpida UPS's y tableros de conexión.   | \$50828.03   | 60 días | 01 de junio de 2012     | 30 de julio de 2012     |
| Orellana Ordoñez Verónica Yajaira                         | Provisión e instalación de sistemas electrónicos para el edificio del SECAP en el cantón Zamora  | \$41368.65   | 90 días | 01 de junio de 2012     | 30 de agosto de 2012    |
| Ing. Miguel Ángel Aldeán Andrade                          | Instalación y adquisición de suministros de sistemas electrónicos y UPS's para el EDIFICIO DEL CONSEJO DE LA JUDICATURA DE MACARÁ  | \$ 247483.05 | 90 días | 01 mayo de 2012         | 30 de julio             |
| Constructora Berlemaq Cía. Ltda.                          | Instalación y adquisición de suministros de sistemas electrónicos y UPS's para el EDIFICIO DEL CONSEJO DE LA JUDICATURA DE CATAMAYO  | \$249560.00  | 40 días | 19 de marzo de 2012     | 30 de abril de 2012     |
| Hospital Isidro Ayora de Loja                             | Adquisición de material para cableado estructurado de red para el Hospital Isidro Ayora de Loja y edificio de Hemodiálisis y mano de obra para la implementación del cableado estructurado.  | \$5588.80    | 8 días  | 22 de diciembre de 2011 | 30 de diciembre de 2011 |



|                 |   |            |         |                      |                         |
|-----------------|---|------------|---------|----------------------|-------------------------|
| Ing. Julio Luna | Provisión, diseño, planificación y construcción sistema CCTV, sistema de Red Wireless, sistema de control de accesos, sistema de sonorización ambiental, sistema de detección de incendios y alarmas y cableado estructurado. | \$42537.72 | 90 días | 18 de agosto de 2010 | 15 de noviembre de 2010 |
|-----------------|---|------------|---------|----------------------|-------------------------|

**Otros trabajos realizados:**

- Diseño, planificación y pre-construcción del sistema de Cableado estructurado Cat. 6A blindado, CCTV y sonido profesional para el Centro Ambulatorio del IESS en Loja, a cargo de la compañía Hidalgo Constructores.
- Mantenimiento preventivo – correctivo del sistema de Red Wireless y sistema telefónico del Hotel Howard Johnson Loja.
- Mantenimiento preventivo – correctivo del sistema telefónico del Hospital de Solca en Loja desde el año 2010 hasta la actualidad.
- Trabajos varios en la Universidad Técnica Particular de Loja desde el año 2010 hasta la actualidad.
- Sistema telefónico con Central IP, Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio, en la ciudad de Machala.
- Estudio técnico de radio propagación para el servicio de internet WIFI en el parque ecológico de la Universidad Nacional de Loja.
- Estudio e implementación de radioenlaces para el Gobierno Provincial de Loja.
- Implementación de un sistema de control de personal para los departamentos del Gobierno Provincial de Loja RIDRENSUR y DEPROSUR.
- Provisión, diseño, planificación y construcción del sistema de cableado estructurado, sonorización para el auditorio de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES.
- Planificación y provisión de equipos de red y voz sobre IP para el laboratorio de la Escuela de Electrónica y Telecomunicaciones de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Estudio de un sistema de video-vigilancia con tecnología térmica para las camaroneras Jumón, Gaviota y mar Azul, pertenecientes al señor Jorge Jaramillo en la provincia de El Oro- Santa Rosa.



- Levantamiento de información de las torres y antenas de telecomunicaciones en las provincias de Loja y el Oro para el proyecto CLIRSEN desarrollado por el SENPLADES.

Muy atentamente,

*Ing. Giovanni Celi Loja*  
**GERENTE**  
**PHITEL SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA.**

**PHITEL**  
SERVICIOS Y TECNOLOGÍA C.A. LTDA.

## Presupuesto

### Cuadro N° 59 – Presupuesto

| Descripción       | Valor        |
|-------------------|--------------|
| Internet          | 20.00        |
| Servicios Básicos | 15.00        |
| <b>Total</b>      | <b>35.00</b> |

Elaboración: La Autora

## Plan de acción

### Estrategia N° 6 – Capacitación

- ✚ Dar cursos de capacitación al personal de apoyo para poder cumplir con los requerimientos de las entidades del estado por medio de la contratación pública.

**Cuadro N° 60 – Estrategia N° 6 – Capacitación**

| Problema                                    | Meta   | Estrategia   | Tácticas  | Actividades  | Responsable   |
|---|--|--|---|--|---|
| Falta de capacitación al personal de apoyo. | Dar cursos de capacitación al personal, los temas más importantes para el desempeño de cada persona. | Contratar profesionales para que les brinde la capacitación del tema asignado. | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capacitación trimestral de actualización de conocimientos sobre Contratación Pública. (SERCOP)</li> <li>○ Dar temas de acorde a los que requieren las entidades contratantes para cumplir con dichos requerimientos.</li> <li>○ Buscar el lugar para brindar la capacitación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contratar el profesional que va a dar la capacitación.</li> <li>○ Buscar temas interesantes.</li> <li>○ Buscar un lugar adecuado para la capacitación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gerente general</li> <li>○ Presidente</li> <li>○ Secretaria</li> </ul> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** La Autora

## **Estrategia N° 6 – Capacitación**

Las capacitaciones en una empresa tanto pública como privada, son de gran importancia, ya que las personas que trabajan en cada institución deben estar al día en las actividades que realizan.

Así, también se deben dar capacitación en cuanto a Atención al cliente, ya que es por ellos que funciona cada empresa o institución y como no darles una excelente atención.

Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., brindará capacitación para todo el talento humano de la empresa, es decir, capacitaciones dirigidas para el Gerente, Presidente, Secretaria, Contadora y sobre todo para los Instaladores, quienes hacen que funcione cada sistema instalado.

Se contratará en los lugares adecuados, los profesionales que van a brindar la capacitación dirigida a los integrantes de la empresa.

**Cuadro N° 61 – Capacitación**

| N <sup>ra</sup> | Nombre seminario              | Duración                   | Participantes  | Lugar                      | Evento Asist/Aprob | Valor | Fecha  |
|-----------------|-------------------------------|----------------------------|--|----------------------------|--------------------|-------|--|
| 1               | Atención al cliente           | 4 horas                    | 1 Secretaria<br>2 Instaladores<br>1 Contadora            | Cámara de Comercio de Loja | x                  | 0.00  | 18-08-2015   |
| 2               | Instalación y mantenimiento   | 8 horas                    | 1 Gerente<br>1 Presidente<br>2 Instaladores              | SECAP                      | x x                | 80.00 | 09-09-2015   |
| 3               | Educación y seguridad laboral | 2 horas                    | 1 Gerente<br>1 Presidente<br>1 Secretaria<br>1 Contadora | Ministerio del Trabajo     | x                  | 0.00  | 23-09-2015   |
| 4               | Contratación Pública (SERCOP) | 2 horas (Trimestral mente) | 1 Secretaria<br>1 Gerente                                | SERCOP                     | x                  | 0.00  | 11-01-2016<br>15-04-2016<br>12-08-2016<br>04-11-2016 |

**Fuente** Encuestas de los empleados

**Elaboración:** La Autora

**Presupuesto****Cuadro N° 62 – Presupuesto**

| Descripción        | Valor         |
|--------------------|---------------|
| Alquiler del local | 100.00        |
| Capacitador        | 320.00        |
| Material impreso   | 50.00         |
| Coffee break       | 25.00         |
| Certificados       | 25.00         |
| <b>Total</b>       | <b>520.00</b> |

**Elaboración:** La Autora

## Cuadro resumen de Presupuesto de la Propuesta

### Cuadro N° 63 – Presupuesto

| Estrategias   | Valor           |
|---|-----------------|
| 1. Contar con el talento humano con mano de obra calificada para participar en la contratación pública, brindando calidad en el servicio para satisfacer las necesidades que tiene cada institución pública.  | 34.70           |
| 2. Realizar un tríptico, donde muestre parte de la empresa, los productos, servicios y sobretodo los precios competitivos que ofrece Phitel Cía. Ltda. a las entidades públicas y privadas.   | 43.00           |
| 3. Incrementar un local propio ubicado en un lugar estratégico de la ciudad donde incluya estacionamiento para la comodidad de los clientes.  | 17530.00        |
| 4. Aprovechar el mercado poco explotado en las ciudades de Machala y Zamora Chinchipe, pertenecientes a la Zona 7 del país, donde aún no existe tanta competencia, dando apertura a sucursales adecuadas para la prestación de los servicios, cubriendo toda la zona. | 11000.00        |
| 5. Actualizar y realizar una campaña de posicionamiento, publicitando en redes sociales como Facebook, Twitter, además enviar correos electrónicos a la base de datos registrada para que los clientes recuerden los servicios que se brinda.                         | 35.00           |
| 6. Dar cursos de capacitación al personal de apoyo para poder cumplir con los requerimientos de las entidades del estado por medio de la contratación pública.  | 520.00          |
| <b>Total</b>  | <b>29162.70</b> |

**Elaboración:** La Autora

## Conclusiones

- ✓ La calidad en el servicio, la experiencia y la mano de obra calificada, hace que participe en la Contratación Pública, obteniendo contratos muy importantes con dichas Entidades Contratantes del estado.
- ✓ La empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., no tiene posicionamiento en el mercado local, esto se debe a la falta de publicidad, pues es elemental para el reconocimiento de la empresa.
- ✓ Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., hasta la fecha no ha brindado capacitaciones a los empleados en ningún ámbito, esto conlleva a que los colaboradores no estén actualizados en su rama y tampoco estén motivados para poder cumplir a cabalidad sus funciones dentro de la empresa.
- ✓ Existe una lista de precios competitivos, dando como resultado Adjudicaciones por parte de las entidades públicas.
- ✓ Las redes sociales permite mantener informados de las novedades que se presentan día a día en cuanto a tecnología e innovación, con el fin de obtener clientes que estén interesados en el servicio que se brinda.
- ✓ La localización es un aspecto muy importante para el funcionamiento de una empresa, es por eso que se ubicará sucursales en Machala y Zamora Chinchipe que pertenecen a la Zona 7, con el fin de ganar mercado y posicionamiento de la empresa.

## Recomendaciones

- ✓ Mantener el talento humano con mano de obra calificada para poder ser adjudicados en las Entidades Contratantes del Estado, brindando la calidad en el servicio para satisfacer las necesidades de cada institución u organización.
- ✓ Llevar a cabo la impresión de los trípticos, donde se da a conocer a las entidades públicas y privadas, los servicios, productos y precios que ofrece la compañía.
- ✓ Dar apertura al local propio, ofreciendo comodidad a los clientes y valor agregado para la fidelización hacia la empresa, ofreciendo estacionamiento propio para que así los usuarios se sientan satisfechos.
- ✓ Expandir el mercado en Machala y Zamora Chinchipe que pertenecen a la Zona 7 del país, dando apertura a sucursales adecuadas para cubrir las necesidades que tienen las entidades públicas y privadas de dicho lugar.
- ✓ Realizar la campaña de posicionamiento mediante las publicaciones en las redes sociales como Facebook, Twitter, donde se dará a conocer imágenes, noticias y actualizaciones del mundo tecnológico, y además enviar por medio de correo electrónico la carta de presentación de la empresa.
- ✓ Dar capacitaciones al personal de la empresa con la finalidad de que estén actualizados en las actividades que realizan a diario, cumpliendo los requerimientos de las entidades contratantes, tanto públicas y privadas.

## Bibliografía

- Guillermo A Cuéllar M. (2013). *Universidad del Cauca*. Obtenido de REDES Y TELECOMUNICACIONES COMPONENTES Y FUNCIONES DE UN SISTEMA DE TELECOMUNICACIONES: <http://fccea.unicauca.edu.co/old/redes.htm>
- SCE Compunet. (s/f). *Sistema de cableado estructurado*. Obtenido de Cableado estructurado: <http://www.cableadoestructurado.com.co/joomla/>
- Villacís, B., & Carrillo, D. (2012). País atrevido: la nueva cara sociodemográfica del Ecuador. *Revista Analitika*, 10, 11.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Indicadores Económicos: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Brenes Bonilla, L. (2004). *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. Costa Rica: Euned.
- Cegarra Sánchez, J. (2012). *Los Métodos de Investigación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Clarembaux, D. L. (25 de ABRIL de 2014). *monografias.com*. Recuperado el 02 de febrero de 2015, de Fibras ópticas: <http://www.monografias.com/trabajos16/fibras-opticas/fibras-opticas.shtml>
- Cobo Romaní, J. (2009). *El concepto de tecnologías de la información*. Obtenido de Benchmarking sobre las definiciones de las TIC: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer27-14-cobo.pdf>
- Conrado, M. (2010). *VGS Global*. Recuperado el 2015, de Análisis FODA en la PyME. Un componente clave del planeamiento estratégico: <http://www.vsglobal.com.ar/blog/2010/11/analisis-foda-en-la-pyme-un-componente-clave-del-planeamiento-estrategico/>

- Contreras, J. (2006). *La matriz MCP*. Obtenido de La matriz del perfil competitivo (MPC):  
<http://www.joseacontreras.net/direstr/cap492d.htm>
- Copyright, E. S. (2012). *Intcomex*. Obtenido de Intcomex: <http://www.intcomex.com/>
- Fernández Muñoz, R. (2005). *Marco conceptual de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. Obtenido de Universidad de Castilla-La Mnacha:  
<http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/>
- Fred R., D. (2003). *Conceptos de la Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Fundación Compromiso. (2005). *De la necesidad al servicio*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Gadex. (2014). *Análisis PEST*. Obtenido de <http://www.formatoedu.com/>
- González, D. (03 de octubre de 2014). *Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S)*.  
 Recuperado el 03 de junio de 2015, de Monografías.com:  
<http://www.monografias.com/trabajos67/tics/tics.shtml>
- Google Maps. (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Loja/@4.4213066,-76.1930837,5.21z/data=!4m2!3m1!1s0x91cb480661b91d2d:0x8e12137cdc1eee09>
- hernan@cbatwork.com. (2014). *SlideShare*. Recuperado el 2015, de Matriz de Viabilidad e Impacto: [http://es.slideshare.net/acamica\\_com/2211-actividad-matriz-viabilidad-e-impacto](http://es.slideshare.net/acamica_com/2211-actividad-matriz-viabilidad-e-impacto)
- Hernandez, R. (01 de octubre de 2012). *Marketing Directo*. Recuperado el 2015, de 31 Definiciones de mercadotecnia: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9/>
- INEC. (8 de enero de 2015). *INEC*. Recuperado el 03 de Junio de 2015, de Ecuador cierra el 2014 con una inflación de 3,67%: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-el-2014-con-una-inflacion-de-367/>
- INEC. (2015). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion\\_Empleo\\_Marzo\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf)

- INEC. (2015). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Obtenido de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion\\_Empleo\\_Marzo\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf)
- kotler, P. (2012). *SlideShare*. Recuperado el 2015, de Kotler Marketing Capitulo 2: <http://es.slideshare.net/marcvsantonivs/kotler-marketing-captulo-2>
- kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Marketing. En P. kotler, & G. Armstrong, *Marketing* (pág. 3). Mexico: Pearson Educación.
- kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de MArketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Martel, C. (1992). *Martel CAblecom*. Recuperado el 03 de junio de 2015, de MARTELCablecom: <http://www.martel.com.ec/contenidos.php?menu=7&submenu1=12&idiom=1>
- Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Diaz de Santos.
- Megamicro, M. (2008). *Megamicro Mayorista*. Obtenido de Quién es Megamicro: <http://www.megamicro-ec.com/empresa.php>
- Ministerio Coordinador de la Política Económica. (enero de 2013). *Ecuador Económico*. Recuperado el 03 de junio de 2015, de indicadores macroeconómicos enero 2013: <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/enero-2013.pdf>
- Myrian. (2010). *ALEGSA.com.ar*. Obtenido de Recursos Tecnológicos: <http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/8152.php>
- República del Ecuador, G. N. (s/f). *Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones*. Recuperado el 02 de junio de 2015, de Ecuador ama la vida: <http://www.arcotel.gob.ec/conatel/#>
- República del Ecuador, G. N. (s/f). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Recuperado el 02 de junio de 2015, de Ecuador ama la vida: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-ministerio/>

República del Ecuador, G. (s/f). *Ministerio de Finanzas*. Recuperado el 02 de junio de 2015, de Ecuador ama la vida: <http://www.finanzas.gob.ec/el-presupuesto-general-del-estado/>

Romero, C., Sánchez, C., & Tafoya, S. (2012). *Monografías.com*. Recuperado el 2015, de

Segmentación de Mercados y posicionamiento:

<http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml#SEGM>

S/n. (12 de junio de 2012). *El comercio.com*. Recuperado el 26 de enero de 2015, de El 2011

fue el segundo año con mayor inflación desde el 2004:

<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/2011-segundo-ano-mayor-inflacion.html>

s/n. (06 de enero de 2015). *El universo*. Recuperado el

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/06/nota/4403461/economia-ecuador-crecio-34-fin-2014-segun-banco-central>

de enero 25 de 2015, de Economía de Ecuador creció en 3,4% al fin del 2014, según el Banco Central.

Servicio Nacional de Contratación Pública. (Febrero de 2015). *Módulo Facilitador "USHAY"*.

Obtenido de Manual del usuario:

<http://portal.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/sites/default/files/manuales/Manual%20USHAY%20-%20Oferta%20-%20Subasta%20inversa%20electronica%20Servicios%20-%20Proveedores.pdf>

Sistemas de Seguridad . (2005). *Sistemas de Seguridad*. Obtenido de Nosotros:

<http://www.sistemasdeseguridad.com.ec/nosotros.php>

Superintendencia de compañías, V. (s/f). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*.

Recuperado el 02 de junio de 2015, de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Superintendencia de Compañías, V. (05 de sept de 1997). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de Información general de la compañía:

[http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta\\_cia\\_menu.zul](http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul)

Superintendencia de compañías, v. (26 de julio de 2006). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de Información general de la compañía:

[http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta\\_cia\\_menu.zul](http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul)

Superintendencia de compañías, v. (11 de junio de 2009). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de Información general de la compañía:

[http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta\\_cia\\_menu.zul](http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul)

Superintendencia de compañías, v. (17 de oct de 2012). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de Información general de la compañía:

[http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta\\_cia\\_menu.zul](http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul)

ute.edu.ec. (2002). *Definición de marketing y del proceso de marketing*. Recuperado el 2015, de Planeación de Marketing: [http://app.ute.edu.ec/content/3494-138-16-1-1-](http://app.ute.edu.ec/content/3494-138-16-1-1-6/FODA_Direccion%20de%20Marketing.pdf)

[6/FODA\\_Direccion%20de%20Marketing.pdf](http://app.ute.edu.ec/content/3494-138-16-1-1-6/FODA_Direccion%20de%20Marketing.pdf)

Wikimedia, F. (2015). *Wikipedia*. Obtenido de Análisis Porter de las cinco fuerzas:

[https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)

[www.desdechiapas.com/como-se-fabrica-la-fibra-optica/](http://www.desdechiapas.com/como-se-fabrica-la-fibra-optica/). (s.f.). Obtenido de

<http://www.desdechiapas.com/como-se-fabrica-la-fibra-optica/>

Zabala Salazar, H. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.

**Anexo 1 - Encuesta aplicada a los Clientes Internos de la empresa Phitel Cía.  
Ltda., de la ciudad de Loja**



**ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES INTERNOS DE LA EMPRESA  
PHITEL CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE LOJA**

Como alumna de la Universidad Internacional del Ecuador de la carrera de Ingeniería en Marketing, me dirijo a usted con la finalidad que muy comedidamente conteste la siguiente encuesta, con el objetivo de desarrollar el trabajo de investigación sobre el posicionamiento y creación de valor de la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., de la Ciudad de Loja.

**1. Sexo**

Masculino  Femenino

**2. Seleccione que puesto ocupa en la empresa**

Instalador

Secretaria

Contadora

**3. ¿Qué tiempo trabaja en Phitel Cía. Ltda.?**

1 a 2 años

3 a 4 años

5 a 6 años

**4. ¿La empresa cuenta con?**

Misión

Visión

Principios

Valores

Normas y reglamentos

5. **¿Se siente usted a gusto trabajando en la empresa?**

SÍ  NO

Porque?.....

6. **¿La empresa cuenta con un logotipo para promocionar el servicio?**

SÍ  NO

7. **¿Cómo calificaría usted el servicio que Phitel Cía. Ltda., ofrece a sus clientes de acuerdo a los siguientes parámetros?**

Excelente   
 Bueno   
 Regular   
 Malo

8. **¿Qué es lo más importante para usted a la hora de ofrecer el servicio de Phitel Cía. Ltda.? Ponga en orden de importancia, siendo el 1 más alto y el 4 más bajo.**

a) Atención al cliente   
 b) Calidad   
 c) Garantía del servicio   
 d) Puntualidad

9. **¿Qué tipo de motivación le ha brindado la empresa? Ponga en orden de importancia, siendo el 1 más alto y el 4 más bajo.**

a) Sueldo   
 b) Ambiente laboral   
 c) Estabilidad Laboral   
 d) Capacitaciones

10. **¿Recibe usted capacitaciones por parte de Phitel Cía. Ltda.?**

SÍ  NO

11. **¿Si la respuesta anterior es positiva, mencione algunas?**

.....  
 .....

**12. ¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir, que usted considera que necesita para desempeñar mejor su trabajo? Ponga en orden de importancia, siendo el 1 más alto y el 3 más bajo.**

- a) Atención al cliente
- b) Instalación y mantenimiento
- c) Educación y seguridad laboral

**13. ¿La empresa dispone de una base de datos de los clientes?**

Sí  No

**14. ¿Cree usted que la implementación de una base de datos completa de clientes, mejoraría el conocimiento de los mismos y sus necesidades habituales?**

Sí  No

Porque?.....

**15. ¿Cuál es la competencia directa de Phitel Cía. Ltda.?**

.....  
 .....

**16. ¿Cuál cree usted que son los productos sustitutos de los sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones?**

.....  
 .....

**17. ¿La empresa donde usted labora, cuenta con publicidad para dar a conocer sus servicios?**

SÍ  NO

**18. ¿Ha visto o escuchado anuncios publicitarios sobre el servicio que brinda Phitel Cía. Ltda.?**

SÍ  NO

**19. ¿Qué promociones daría usted con el servicio que brinda Phitel Cía. Ltda.?**

.....  
.....

**20. ¿Qué le gustaría que la empresa implemente para mejorar los servicios que ofrece?**

.....  
.....

**21. ¿Cuáles son las mayores fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Phitel Cía. Ltda.?**

**Fortalezas:**

.....

**Oportunidades:**

.....

**Debilidades:**

.....

**Amenazas:**

.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 2 - Encuesta aplicada a los clientes de la empresa Phitel Cía. Ltda.,  
de la ciudad de Loja**



**ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA PHITEL CÍA.  
LTDA. DE LA CIUDAD DE LOJA**

Como alumna de la Universidad Internacional del Ecuador de la carrera de Ingeniería en Marketing, me dirijo a usted con la finalidad que muy comedidamente conteste la siguiente encuesta, con el objetivo de desarrollar el trabajo de investigación sobre el posicionamiento y creación de valor de la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., de la Ciudad de Loja.

**1. ¿De los servicios que ofrece Phitel Cía. Ltda., cuales son los que ha utilizado como entidad-institución?**

- |                              |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| Sistemas eléctricos          | <input type="checkbox"/> |
| Sistemas electrónicos        | <input type="checkbox"/> |
| Telefonía IP                 | <input type="checkbox"/> |
| Sistemas de Video vigilancia | <input type="checkbox"/> |

**2. Los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda., le parecen:**

- |           |                          |
|-----------|--------------------------|
| Muy bueno | <input type="checkbox"/> |
| Bueno     | <input type="checkbox"/> |
| Regular   | <input type="checkbox"/> |

**3. Si se compara con la competencia desde el punto de vista de la especialidad ¿En qué posición se ubicaría la empresa Phitel Cía. Ltda.?**

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| Peor que la competencia        | <input type="checkbox"/> |
| Casi como la competencia       | <input type="checkbox"/> |
| Igual que la competencia       | <input type="checkbox"/> |
| Algo mejor que la competencia  | <input type="checkbox"/> |
| Mucho mejor que la competencia | <input type="checkbox"/> |

**4. ¿Qué aspectos se debe mejorar en la empresa Phitel Cía. Ltda.?**

- Calidad
- Cumplimiento
- Valor agregado en el servicio
- Otros, especifique.....

**5. ¿Por qué motivo se adjudicó el contrato con Phitel Cía. Ltda.?**

- Cumplimiento de las especificaciones técnicas
- Calidad y servicio
- Experiencia
- Otro, especifique.....

**6. Al finalizar la obra, ¿cumplen con todo lo contratado?**

SI  NO

**7. Dentro de las garantías y soportes técnicos, ¿se ha realizado alguna prorroga?**

SI  NO

Porque?.....

**8. ¿Considera usted pertinente que se implementen nuevas estrategias, que permitan mejorar el servicio en Phitel Cía. Ltda.?**

SI  NO

**9. ¿Volvería hacer uso de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.?**

SI  NO

Porque?.....

**10. ¿Piensa usted que el logotipo está acorde a la rama en la que se desempeña?**

SI  NO

Porque?.....

**11. ¿Phitel Cía. Ltda., cuenta con?**

Página web

Letrero

Publicidad

**12. ¿Cuánto cancela por los servicios?**

|                              |                |       |
|------------------------------|----------------|-------|
| Sistemas eléctricos          | \$ 1 - \$54000 | ----- |
| Sistemas electrónicos        | \$ 1 - \$42000 | ----- |
| Telefonía IP                 | \$ 1 - \$19000 | ----- |
| Sistemas de Video vigilancia | \$ 1 - \$17000 | ----- |

**13. ¿Cree usted que el local de Phitel Cía. Ltda., se encuentra en buena ubicación?**

SI  NO

Porque?.....

**14. ¿Ha visto o escuchado anuncios publicitarios de Phitel Cía. Ltda.?**

SI  NO

**15. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer la publicidad de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.?**

Televisión

Radio

Periódico

Redes sociales

Otros, especifique.....

**16. Como cliente de Phitel Cía. Ltda., ¿Qué recomendaría a la empresa para cumplir con la responsabilidad con el medio ambiente?**

.....

.....

**17. ¿Usted recomendaría Phitel Cía. Ltda., a la hora de brindar un servicio?**

SI  NO

Porque?.....

**18. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene la empresa Phitel Cía. Ltda.?**

**Fortalezas:**.....

**Debilidades:**.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 3 - Entrevista aplicada al Gerente General de la empresa Phitel Cía. Ltda.,  
de la ciudad de Loja**



**ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA  
PHITEL CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE LOJA**

Como alumna de la Universidad Internacional del Ecuador de la carrera de Ingeniería en Marketing, me dirijo a usted con la finalidad que muy comedidamente conteste la siguiente encuesta, con el objetivo de desarrollar el trabajo de investigación sobre el posicionamiento y creación de valor de la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., de la Ciudad de Loja.

1. ¿La empresa cuenta con un plan de Marketing?
2. ¿La empresa cuenta con misión, visión, principios, valores corporativos, normas y reglamentos para el desarrollo de sus actividades?
3. ¿Al momento de ofrecer el servicio de instalación, mantenimiento y reparación de sistemas eléctricos, electrónicos y de telecomunicaciones que características sobresalen?
4. ¿Qué servicios realiza con más frecuencia?
5. ¿Qué tiempo lleva Phitel Cía. Ltda., en el mercado lojano?
6. ¿La empresa cuenta con oficina propia?
7. ¿Phitel Cía. Ltda. dispone de una base de datos de sus clientes?
8. ¿Usted cree que se encuentra ubicado en un lugar estratégico con respecto a la competencia?
9. ¿Quiénes cree que son sus principales competidores?
10. ¿Cuáles son sus principales Proveedores?
11. ¿Quiénes son sus clientes principales?
12. ¿Qué diferencia principal posee su empresa con respecto a otras?
13. ¿Cuál es el precio de cada uno de los servicios que brinda Phitel Cía. Ltda.?
14. ¿Actualmente la empresa cuenta con publicidad?

15. ¿Ejecuta acciones para promocionar los servicios que oferta Phitel Cía. Ltda., a la ciudadanía?
16. ¿Phitel Cía. Ltda. cuenta con un logotipo para promocionar a la empresa?
17. ¿La empresa mantiene rótulos actualizados con el nombre Phitel Cía. Ltda.?
18. ¿Phitel Cía. Ltda., posee una página web para dar a conocer los servicios que ofrece?
19. ¿Por qué medios se da a conocer la empresa Phitel Cía. Ltda.?
20. ¿Qué promociones brinda a sus clientes al momento de dar el servicio?
21. ¿La empresa cuenta con un plan de motivación y capacitación para el personal?
22. ¿Monitorea generalmente el nivel de satisfacción de sus clientes?
23. ¿Cuenta con herramientas tecnológicas que faciliten la prestación del servicio?
24. ¿Brinda un valor agregado en sus servicios?
25. ¿Cuáles son las mayores fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Phitel Cía. Ltda.?

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 4 - Objetivos

### OBJETIVOS

#### ✓ **Objetivo General**

Realizar un “Plan de marketing para la realización de una campaña de posicionamiento y creación de valor para la empresa Phitel Servicios y Tecnología Cía. Ltda., en la ciudad de Loja”.

#### ✓ **Objetivos Específicos**

- Efectuar el diagnóstico interno de la empresa.
- Realizar la Matriz PEST para conocer los factores que influye directamente con la empresa.
- Desarrollar la Matriz Diamante de Porter para analizar la competencia, productos sustitutos, proveedores y usuarios.
- Ampliar la matriz de Perfil Competitivo de la empresa para conocer qué posición tiene frente a la competencia.
- Analizar la matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) para presentar, en un cuadro de doble entrada, los factores críticos de éxitos relacionados con el entorno.
- Examinar la matriz Evaluación de Factores Internos (EFI) para evaluar los factores críticos de éxito relacionados con los recursos y capacidades de la empresa.
- Elaborar un diagnóstico situacional de la matriz FODA de la empresa Phitel Cía. Ltda.
- Determinar la Matriz ALTO IMPACTO para conocer la competencia de la empresa.
- Realizar las propuestas para la campaña de posicionamiento y creación de valor para la empresa.



Av. Orillas de Zamora y Chone, Loja  
Tel: 072614242, 0991067001, 0986577070, 0982227013, 0982227181  
Visitenos: www.phitel.ec, e-mail: info@phitel.ec

## Anexo 5 - Certificación

Loja, 16 de abril de 2015

Ingeniero.  
Edison Francisco Romero Cueva  
**PRESIDENTE**  
**PHITEL SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA.**

### **CERTIFICA:**

Que, PHITEL SERVICIOS Y TECNOLOGÍA CÍA. LTDA., autoriza a la Señorita Magda Jackeline Iñiguez Iñiguez, estudiante de la carrera Ingeniería en Marketing de la Universidad Internacional de Ecuador-extensión Loja, para que desarrolle el proyecto de Investigación de acuerdo al cronograma designado.

La compañía está dispuesta a brindar información de acuerdo a lo solicitado para el cumplimiento de sus actividades académicas.

Edison Francisco Romero Cueva  
**PRESIDENTE**  
**PHITEL CÍA. LTDA.**

**PHITEL**  
Servicios y Tecnología Cia. Ltda.  
**1191731820001**  
Av. Orillas del Zamora s/n y Chone  
Telf.: 2614242