



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DETERMINAR EL PROCESO DE VENTA DE LA EMPRESA MUNDOLINE  
PARA LA ELABORACIÓN DE INSTRUCTIVO Y PROCEDIMIENTO DE  
TRABAJO.

PEÑA BALDEON LUZ DEL ROCIO  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DETERMINAR EL PROCESO DE VENTA DE LA EMPRESA  
MUNDOLINE PARA LA ELABORACIÓN DE INSTRUCTIVO Y  
PROCEDIMIENTO DE TRABAJO.

PEÑA BALDEON LUZ DEL ROCIO  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

DETERMINAR EL PROCESO DE VENTA DE LA EMPRESA MUNDOLINE PARA LA ELABORACIÓN DE INSTRUCTIVO Y PROCEDIMIENTO DE TRABAJO.

PEÑA BALDEON LUZ DEL ROCIO  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ROMERO BLACK WILTON EDUARDO

MACHALA, 06 DE JULIO DE 2018

MACHALA  
06 de julio de 2018


Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Determinar el proceso de venta de la empresa MundoLine para la elaboración de instructivo y procedimiento de trabajo., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.




---

ROMERO BLACK WILTON EDUARDO  
0703296251  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

AVILA AGUILAR ALBERTO ANTONIO  
0701126658  
ESPECIALISTA 2



---

FELICE JARAMILLO IRENE MARIA  
0703682815  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: viernes 06 de julio de 2018 - 09:56

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PENA BALDEON LUZ DEL ROCIO\_PT-010518.pdf (D40186736)  
**Submitted:** 6/15/2018 1:16:00 AM  
**Submitted By:** titulacion\_sv1@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, PEÑA BALDEON LUZ DEL ROCIO, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Determinar el proceso de venta de la empresa MundoLine para la elaboración de instructivo y procedimiento de trabajo., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

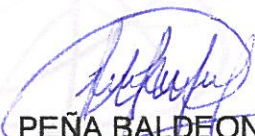
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 06 de julio de 2018



PEÑA BALDEON LUZ DEL ROCIO  
0921073672

## **DEDICATORIA**

A:

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

A mi madre Dixcer por ser el pilar demostrándome su cariño que me acompañado en mi trayecto universitario sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi hija por ser la bendición y la razón más importante y especial ya que quiero darle un mejor futuro.

A mi familia en general por su apoyo incondicional que han compartido buenos y malos momentos.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, a Dios por haberme dado la fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco la confianza, el apoyo brindado por mi madre Dixcer que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi hija Brianna por ser el motor que me impulso para continuar y obtener este título en el cual nunca es tarde para conseguirlo.

Al Ing. Henry Pizarro por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este proyecto.

A los Ing. Wilton Romero Black, Alberto Ávila Aguilar, Irene Feijoo Jaramillo por ayudarme en el asesoramiento en la realización de este proyecto.

Gracias a todos los que brindaron su ayuda en este sueño cumplido.

Luz Peña Baldeon



## **TEMA**

DETERMINAR EL PROCESO DE VENTA DE LA EMPRESA MUNDOLINE PARA LA ELABORACIÓN DE INSTRUCTIVO Y PROCEDIMIENTO DE TRABAJO.

## **RESUMEN**

El trabajo investigativo presenta la problemática sobre el proceso de venta de la empresa MundoLine, que ofrece a su clientela servicios de proveedor de internet y la venta de dispositivos electrónicos, basados en observaciones realizadas a los diversos procesos que emplea la organización para cubrir sus actividades comerciales y aplicando una metodología acorde al estudio se comprobó la falta de un instructivo de trabajo o manual para el control y supervisión del procedimiento en la venta y de los problemas que presenta actualmente la empresa, se ha evidenciado inadecuados procesos en la venta con conflictos entre el personal de empleados producto de la existencia de operaciones duplicados y con escasa capacitación en la participación de servicios al cliente, esto conlleva a la creación de conflictos y hace decaer las tareas produciendo un bajo rendimiento económico y de gestión, se procedió a la identificación de los aspectos más importantes para la elaboración del marco teórico, se describió métodos y técnicas para la recolección de información, se elaboró varios diagramas de flujo de las tareas de venta para entender los procesos internos de la organización, esto ayudó a la explicación de los resultados sea con datos valederos y acorde a la situación actual de la empresa, por esta razón es necesario la elaboración de un instructivo que beneficie e identifique los procedimientos y las personas que son responsables para su función y de esta manera las acciones tendrán un mayor control y eficacia.

**Palabras claves:** PROCESO DE VENTA, INSTRUCTIVO DE TRABAJO, EMPRESA.

## ABSTRACT

The research work presents the problematic about the process of sale of the company MundoLine, based on observations made and applying a methodology according to the study was investigated on the lack of an instruction or manual for the control and supervision of the procedure in the sale and the problems that the company currently presents, we proceeded to the identification of the most important aspects for the elaboration of the theoretical framework, described methods and techniques for the collection of information based on the flow diagrams to understand the internal processes of the organization, This helped to explain the results and be valid according to the current situation of the company, for this reason it is necessary to develop an instruction that benefits and identifies the procedures and the people who are responsible for their role The investigative work presents the problematic about the process of sale of the company MundoLine, which offers its clients services of internet provider and the sale of electronic devices, based on observations made to the various processes used by the organization to cover its commercial activities and applying a methodology according to the study was found the lack of a manual or manual for the control and supervision of the procedure in the sale and the problems currently presented by the company, has shown inadequate processes in the sale with conflicts between the employee staff product of the existence of duplicate operations and with little training in the participation of customer services, this leads to the creation of conflicts and causes the tasks to fail resulting in low economic performance and management, proceeded to the identification of most important aspects for the elaboration of the sea Theoretical, described methods and techniques for the collection of information, several flowcharts of the sales tasks were elaborated to understand the internal processes of the organization, this helped to explain the results with valid data and according to the current situation of the company, for this reason it is necessary to develop an instruction that benefits and identifies the procedures and people who are responsible for their role and thus the actions will have greater control and effectiveness.

**Keywords:** SALES PROCESS, WORK INSTRUCTIONS, COMPANY.

## **INDICE GENERAL**

|   |    |
|---|----|
| CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN .....                      | 7  |
| CAPITULO 2. DESARROLLO .....                        | 10 |
| 2.1 Proceso de venta de la empresa.....             | 10 |
| 2.2 Instructivo de trabajo .....                    | 11 |
| 2.3 Proveedor de internet .....                     | 12 |
| 2.4 Instructivo para el estibaje de productos ..... | 13 |
| CAPITULO 3. METODOLOGÍA.....                        | 14 |
| 3.1 Método descriptivo .....                        | 14 |
| 3.2 Método exploratorio. ....                       | 14 |
| CAPITULO 4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....        | 14 |
| CAPITULO 5. CONCLUSIONES .....                      | 15 |
| 5.1. Bibliografía.....                              | 16 |
| 5.2. Índice y Anexos .....                          | 18 |

## **LISTADO DE ILUSTRACIONES**

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1DIAGRAMA PROCESO VENTA.....          | 18 |
| Ilustración 2DIAGRAMA PROCESO DE COMPRA.....      | 19 |
| Ilustración 3DIAGRAMA PROCESO DE INVENTARIO ..... | 19 |

## **GLOSARIO**

**Recursos.** – es una fuente o suministro del cual se produce un beneficio.

**Transferencia.** – es un término vinculado al verbo transferir (trasladar o enviar una cosa desde un sitio hacia otro, conceder un dominio o un derecho).

**Procedimientos.** – es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada.

**Instructivo.** – es un documento que busca dar alguna información sobre cómo realizar algo en particular

**Estrategia.** – es la suma de todas las decisiones, correctas o equivocadas, que determinan el futuro y producen resultados buenos a malos.

**Rendimiento.** – refiere a la proporción que surge entre los medios empleados para obtener algo y el resultado que se consigue.

**Manual.** – Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de una institución.

**Consumidor.** – es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor.

**Estibaje.** – es la técnica de colocar la carga a bordo para ser transportada con un máximo de seguridad, ocupando el mínimo de espacio posible evitando averías en las mismas.

**Inventario.** - es una relación detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa o personas.

## CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

El incremento de empresas orientadas al ofrecimiento de servicios comerciales de internet se ha ido incrementando notablemente, esto debido al aumento de personas que necesitan de una red de acceso a internet, y sus múltiples beneficios utilizando recursos tecnológicos para la atención de sus clientes, actualmente existe una tendencia a la demanda al mundo de la tecnología y comunicaciones, incrementada en el empleo de herramientas inalámbricas, según “el mercado mundial tuvo ingresos en el año 2014 de 931,927.9 millones de dólares con un crecimiento del 17% en comparación con el año anterior”. (Espinosa, 2015, pág. 5)

La empresa proveedora de internet “MundoLine”, se encuentra ubicada en el cantón Naranjal ofrece sus servicios desde hace 4 años como la venta de servicios de internet, además de la compra y venta de dispositivos relacionados a la tecnología computarizada de redes de conexión; teniendo un rápido crecimiento dentro del mercado local debido a las gestiones apropiadas de su propietario, sin embargo dentro de las actividades administrativas se ha presentado inconvenientes en los procesos de venta donde a diario existen problemas entre los empleados generado por la existencia de procedimientos duplicados y mal desarrollados con procesos no muy bien definidos, lo que genera que el personal labore inadecuadamente siendo sus actividades improductivas.

Por eso es importante la implementación de procedimientos e instructivos en los procesos de venta en la empresa, es decir; hacer una descripción detallada de cada actividad o proceso desde la misma atención al cliente, hasta la venta del producto o servicio como tal; para que de esta manera se logre mejorar y facilitar la calidad en la transferencia de la información y beneficiar el servicio de atención al cliente produciendo nuevos cambios que ayuden a la producción y rendimiento económico.

El objetivo del presente trabajo de investigación es “Incrementar la eficiencia administrativa de la empresa “MundoLine”, mediante el diseño de procedimientos e instructivos de trabajo que permita mejorar el proceso de venta de la organización; dichos

instructivo y procedimientos son necesarios para el desarrollo adecuado de las actividades ejecutadas por sus trabajadores.

Actualmente en el mercado mundial y con la globalización existente, toda empresa es consciente de que el desarrollo en la producción debe ir enfocada en estrategias que superen a la competencia y produzca réditos económicos, por esta razón cada invierten más recursos en la aplicación de técnicas, e inversiones y más que todo los procesos de la empresa sean los más viables para el progreso laboral, gerencial y con calidad de servicio al consumidor final, este tipo de cambios han generado la realización de estudios de mercados y de situaciones donde se debe responder con eficiencia y eficacia para la obtención de una ventaja competitiva. (León N. , Fuerzas de ventas determinante de la competitividad empresarial, 2013)

Una empresa norteamericana como DELL tenía una producción estable de todos sus servicios siendo una organización modelo de servicios tecnológicos, pero tenía al consumidor solo para el consumo de sus productos, esto cambio cuando al cliente lo inmiscuyo en una estrategia para consolidar el mercado dando prioridad al servicio y las relaciones de calidad, siendo un medio como el internet ofreciendo asesoría de mantenimiento y repuestos adecuados al tipo de negocio que tiene, de esta forma elevó las ganancias y mejoro los procesos de venta de la empresa. (Kotler, 2015, pág. 18)

En América latina se fue incrementando el acceso a internet mediante la creación de sitios públicos como los ciber, en los últimos 10 años existe una tendencia en alza a la adquisición de ofertas relacionadas a servicios de proveedora de internet, por ejemplo, Argentina es el país con mayor demanda y cantidad de usuarios que usan algún servicio de internet con el 75% de la población, le sigue Chile con el 66.5%, Colombia con el 61.5% y Brasil con el 54%, en Ecuador tiene el 40.4%. (Espinosa, 2015)

Este tipo de servicios tienen su origen en el Ecuador en el año 1991 con la primera empresa proveedora de internet denominada EcuaneX, que servía a instituciones públicas de gobierno, en la actualidad existen diversas empresas tanto públicas como privadas que ofertan este

servicio, se establecieron leyes e instituciones que ayuden y regulen esta actividad como son la Secretaria Nacional de Telecomunicaciones y el ministerio de Telecomunicaciones. (ARCOTEL, 2015)

En el Ecuador los servicios de proveedor de internet tienen gran demanda y competencia debido a la diversidad de precios, calidad y características relacionado al mercado nacional, por esta razón, el trabajo empleado por las organizaciones es de carácter cooperativo, ya que deben tener puntos de interconexión con una infraestructura adecuada para lograr un intercambio local, siendo importante que los costos de estas instalaciones deben ser de forma equitativa, esta estrategia logra una tendencia en alza desde el año 2009 hasta el año 2015 tuvo un incremento de 2333% durante este lapso de tiempo. (ARCOTEL, 2015)

El acceso al internet en la población ecuatoriana era de altos costos para poder adquirirlo durante los primeros años de esta tecnología, proveniente de un acceso satelital y conmutado que era muy lento y caro , pero esto cambio cuando Andinanet, emplea una estrategia de negocio reduciendo los costos y mejorando la calidad de procesos de venta y servicios al cliente promoviendo diversos tipos de conexión, siendo necesario acotar que a partir del 2005 se posesiona el servicio de internet con la aparición de las redes sociales y páginas web corporativas donde los negocios se realizan a través de redes de celulares, banda ancha, telefonía de operadoras. (Ochoa, 2013)

Un manual de procedimientos o instructivo de trabajo son informaciones detalladas dentro de un proceso de control interno de la empresa, donde se describe cada actividad detallada, sistemática y organizada, que contiene los procesos, las personas encargadas de cada función y la responsabilidad encargada, todo esto de acuerdo a las normas y reglamentos de la organización. (Vivanco, 2017)

## CAPITULO 2. DESARROLLO

### 2.1 Proceso de venta de la empresa

Cuando las empresas logran vender y obtienen un alto rendimiento económico sin importar lo eficiente que sea el proceso, esto provoca con el tiempo la pérdida en la competencia, por lo tanto, es necesario la creación de un manual de control que gestione las prácticas e involucrando con capacitaciones permanentes para el aprendizaje de los procedimientos de la empresa. (Betancourt & Sánchez, 2015)

La mayor parte de las compras de las personas se la realizan personalmente, es decir visitan los locales de servicios, pero existe otra alternativa de poder comprar un artículo desde el hogar, las empresas han diversificado sus estrategias de compra, como por ejemplo avisos en el correo, llamadas o mensajes en el celular y la compra en línea, todo esto con características propias para que el comprador obtenga un producto de calidad. (Vivar, 2013)

La determinación dentro del proceso de venta proviene tanto de las características del producto como del tipo de vendedor, así como también de las necesidades que tiene el consumidor, además influye el precio del producto o servicio o puede adaptarse a una negociación que convenga a ambas partes, por consiguiente, el proceso de venta se realiza a partir de los datos que proporciona el cliente conociendo sus necesidades, siendo importante para el desempeño y rendimiento de la empresa. (León N. , 2013)

Los procesos de compra y venta por internet tienen un aumento considerable debido a la facilidad de las transacciones, obteniendo una ventaja ya que las organizaciones que tienen páginas web pueden ofertar sus productos o servicios sin ninguna persona o agente intermediario, pero el inconveniente principal sería el desconocimiento y el miedo a una estafa cuando ingrese a una página. Hubo un estudio relacionado por Nielsen Company en Latinoamérica que el 81% de las personas realiza compras o ventas a través del internet, siendo para Ecuador de gran acogida la compra de tickets aéreos. (Villacis, 2012)



Es importante destacar que, las empresas que tienen un mismo producto o servicio tienden a la competencia entre ellas, de esta forma los administradores analizan los objetivos y metas logrados y cuáles son los procesos a mejorar, siendo importante la satisfacción del cliente y el cumplimiento de sus necesidades, por esta razón, es necesario una toma de decisiones que vaya encaminada a fortalecer los procesos en cada uno de sus departamentos en especial el talento humano. (Sanchez, Ceballos, & Sánchez, 2014)

## 2.2 Instructivo de trabajo

El rol principal del vendedor en una empresa es primordial al momento de atender a un cliente y realizar su actividad de venta, generando una producción positiva, es decir la persona encargada de vender un producto o servicio debe tener conocimientos sobre la necesidad que tiene el cliente al momento de querer comprar, por consiguiente, se utilizan diversas estrategias de marketing para la adquisición del producto. (León N. , 2013)

El instructivo de trabajo o manual de funciones describe de manera explícita los procedimientos de manera ordenada y sistemática sobre cada una de las actividades y atribuciones de los diferentes empleados y la forma como está determinado las ventas y compras, así como también las instrucciones de la tarea asignada, teniendo muy en cuenta los objetivos y metas propuestos de la empresa. (Falquez & Paredes, 2013)

Dentro de los procesos de ventas es importante destacar que los clientes deben ser participativos en las estrategias que tienen las empresas, por lo general cuando se busca el incremento de las ventas es necesario que las actividades realizadas por la organización vayan encaminadas al servicio del cliente, y que los procesos de venta están debidamente establecidos para que no ocurra que el cliente quede insatisfecho y busque otras alternativas de solución a sus necesidades. (Farias, 2014)

El control de los procesos de la empresa sirve para la identificación de los procesos de gestión en cumplimiento de los objetivos de la organización, siendo fundamental para las actividades de control por parte de las autoridades, de esta manera existe una herramienta

donde se puede evaluar el rendimiento y cumplimiento de cada uno de los empleados de los diferentes departamentos de la institución. (Espino, Sánchez, & Aguilera, 2013)

### 2.3 Proveedor de internet

La inclusión del internet dentro del entorno social, laboral o educativo fue creciendo de manera acelerada, permitiendo que las oportunidades creativas permitan una libre elección del usuario, por lo tanto, es importante acotar que las innovaciones tecnológicas pueden afectar o beneficiar según, el empleo de las computadoras en el uso diario, siempre tratando que la demanda del entorno digital sea accesible para todas las edades. (De Oliveira & Santana, 2016)

El aporte fundamental del internet es que las empresas y organizaciones tienen una mayor cantidad de ventajas competitivas debido al fácil acceso a la información y a la oportunidad de fortalecer su negocio, siendo necesario que la comunicación sea participativa e interactiva, por este mismo medio aparecieron las redes sociales influyendo en los consumidores diversos hábitos de consumo, de esta forma las empresas compran y venden sus productos o servicios mediante el comercio electrónico. (Barrientos, 2017)

El servicio de internet abarca distintas formas de acceso desde la cobertura de los celulares hasta sistemas de cómputo de las grandes empresas, es importante destacar que la capacidad y potencia de la tecnología usada debe ser siempre de calidad, permitiendo la comunicación y el intercambio de información fluya de forma fácil y completa, por esta razón los procesos que tienen las empresas proveedoras de internet debe ser identificados y direccionados a la necesidad del cliente. (Sosa & Godoy, 2014)

En el Ecuador el sector de Telecomunicaciones en el año 2013 tuvo como ingreso del PIB (Producto Interno Bruto) representado en el 2.1% del total en dólares ingresados, recalando que su contribución va el alza por la demanda y la tecnología que ha aumentado con la aplicación de servicios que ayudan al acceso de la cobertura de los productos y servicios móviles, teniendo un alto desarrollo en la producción económica., esto ha ido mejorando con

el pasar de los años con la implementación de fibra óptica y redes de 3G y 4G considerando un aumento notable en las suscripciones de nuevos usuarios de internet. (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016)

#### 2.4 Instructivo para el estibaje de productos

Dentro de las condiciones para el estibaje de los productos el encargado o responsable de este departamento es el jefe de bodega, este lugar debe estar condicionado con anaqueles o estantes, debe ser amplio y con buena ventilación para evitar la humedad, de esta manera los productos pueden estar ubicados al alcance de las personas. El producto debe contener un número o etiqueta de identificación que sea visible, además se toma muy en cuenta que la cantidad existente debe estar registrada en el inventario, si existe algún producto que este dañado o averiado debe estar registrado en un informe y tener un sitio específico para que no haya confusión al momento de seleccionar el producto.

Al momento que llega una nueva carga para la bodega, es necesario para la recepción del producto que se solicite la guía del envío o la factura de los productos solicitados por la empresa, inmediatamente el jefe de bodega se encargará de revisar, verificar y proceder a almacenar el producto, esto se lo hará de forma manual, debido a la fragilidad y mejor manipulación del producto, no se debe manipular con bastantes cajas al mismo tiempo, esto puede dañar o averiar algún producto (dispositivos electrónicos son frágiles),.

Con respecto al almacenamiento del producto este debe quedar almacenado correctamente dentro de los anaqueles de la bodega, es necesario tener un rotulo informativo, para evitar cualquier inconveniente o conflicto a la hora de ser trasladado a la oficina, además la altura de las cajas de los productos almacenados no debe exceder al peso indicado, estos productos guardados en la bodega deben contener los datos informativos y la garantía del producto.

## CAPITULO 3. METODOLOGÍA

Dentro de la elaboración del trabajo de investigación se empleó los siguientes métodos investigativos:

3.1 Método descriptivo. – consiste en la recolección de información con relación a las actividades y procesos que realiza la empresa durante las ventas de un producto o servicio, determinando cada una de las áreas que tiene la organización proveedora de servicios de internet, esto ayuda a que los datos encontrados puedan servir para ofrecer alternativas de solución al problema detectado.

3.2 Método exploratorio. – mediante el análisis de la información recopilada se detalla los datos más relevantes de la importancia de la aplicación de un instructivo de procedimientos de las ventas, con sus ventajas y los procesos están debidamente organizados y estructurados, mejorando el rendimiento de la empresa.

## CAPITULO 4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los procesos de ventas registrados por la empresa MundoLine se realiza sin ningún tipo de registro para los procedimientos dificultando la obtención de información que ayude al vendedor a cumplir a cabalidad en su puesto de trabajo, la empresa registra los pedidos de venta, el almacenaje y la compra por una serie de falencias y la falta de personas responsables en los diferentes departamentos, esto conlleva a que los procesos se tornen lentos y poco eficaces, además el personal de la empresa no tiene conocimientos bien claro de cómo describir los procesos ya que no existe un instructivo o manual de procesos, causando conflictos y problemas al momento de almacenar , comprar o vender un producto.

## CAPITULO 5. CONCLUSIONES

Como demuestra la investigación sobre el proceso de venta de la empresa MundoLine, la existencia de problemas al momento de realizar compra, venta y almacenaje a los productos, provocando dificultades en los procedimientos internos de la empresa.

Para comprobar este estudio investigativo se utilizó herramientas de recolección de información y una metodología adecuada para la explicación del mismo, por lo tanto, se describió los procesos de la empresa mediante diagramas de flujo que explique los procedimientos más importantes en el proceso de venta.

Podemos ver que los conflictos presentados en la empresa se deben a la falta de un instructivo de procesos que detalle cada una de las actividades y las personas que son responsables, para evitar futuras situaciones problemáticas en cuanto a los procedimientos, éstos deben ser claros y sistematizados.

Está claro que con la elaboración de instructivo y procedimiento de trabajo en la empresa MundoLine se logre mejorar la calidad de las tareas por parte del personal de la organización, determinando una estructura funcional y la conformación de procesos con su debido control y gestión en la distribución del producto.

## 5.1. Bibliografía

- ARCOTEL. (2015). *Boletín 6. Internet boletín estadístico del sector de Telecomunicaciones*. Quito: Agencia de Regulación y control de las Telecomunicaciones.
- Barrientos, P. (enero de 2017). Marketing + internet= e-commerce: oportunidades y desafíos. *Revista de Finanzas y Política Económica*, 9(1), 43 - 44. Recuperado el 5 de junio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/3235/323549941003.pdf>
- Betancourt, J., & Sánchez, A. (Julio de 2015). El control de gestión y su impacto en la eficiencia. *Revista Retos de la Dirección*, 2. Recuperado el 11 de Junio de 2018, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552015000200008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552015000200008)
- De Oliveira, C., & Santana, A. (Julio de 2016). Los deberes de los proveedores de servicios de internet en el medio ambiente digital: el caso del derecho de réplica en el Brasil. *Revista de Estudios Constitucionales*, 14(2), 356. doi:<http://www.redalyc.org/pdf/820/82049420011.pdf>
- Espino, A., Sánchez, R., & Aguilera, A. (2013). Procedimiento para el control de gestión en la empresa Campismo Popular de Villa Clara. *Revista Ingeniería Industrial*, 34(2), 2. Recuperado el 10 de Junio de 2018, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362013000200009](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362013000200009)
- Espinosa, G. (2015). *Modelo de Fallas en una empresa proveedora de servicios de internet*. Obtenido de Instituto Politécnico Nacional: <http://148.204.210.201/tesis/1442328816219TesisGerardoEs.pdf>
- Falquez, E., & Paredes, E. (2013). *Diseño de los manuales de procedimientos para las áreas compras y ventas de mercaderías de la Distribuidora AJ*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Farias, P. (2014). Estrategias de marketing utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes. *Cuaderno de administración - Universidad del Valle*, 30(51), 10. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/2250/225031330002.pdf>
- Kotler, P. (2015). *Dirección de Marketing*. México: Editorial Pearson Educación.
- León, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 381.
- León, N. (2013). Fuerzas de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 379.
- León, N. (Abril-Junio de 2013). Fuerzas de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, XIX(2), 379. Recuperado el 28 de mayo de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28026992014>

- Ministerio de Telecomunicaciones. (2016). *Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de información del Ecuador 2016 - 2021*. Quito: Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.
- Ochoa, M. (Junio de 2013). Trascendencia cultural del internet en el Ecuador. *Revista Ambitos Jurídicos*, XVI(113), 5. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de [http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=13238&revista\\_caderno=17](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=13238&revista_caderno=17)
- Sanchez, P., Ceballos, F., & Sánchez, G. (2014). Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: modelación y simulación. *Revista Scielo*, 25(2), 138. doi: <http://dx.doi.org/10.18359/rcin.1436>
- Sosa, E., & Godoy, D. (2014). Internet del futuro. Desafíos y perspectivas. *Revista de Ciencia y tecnología Scielo*(21), 4. Recuperado el 26 de Mayo de 2018, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-75872014000100007](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-75872014000100007)
- Villacis, B. (30 de Abril de 2012). Nueva ruta de consumo en Ecuador. *Revista Ekos negocios*, 44. Recuperado el 23 de Mayo de 2018, de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/386.pdf>
- Vivanco, M. (Abril de 2017). Los manuales de procedimientos como herramienta de control interno de una organización. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(3), 248. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n3/rus38317.pdf>
- Vivar, L. (17 de Noviembre de 2013). Análisis del proceso de decisión del consumidor para la estrategia comercial de la empresa. *Redalyc*, 88. Recuperado el 30 de Mayo de 2018, de [www.redalyc.org/pdf/4561/456145102005.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145102005.pdf)

## 5.2. INDICE Y ANEXOS

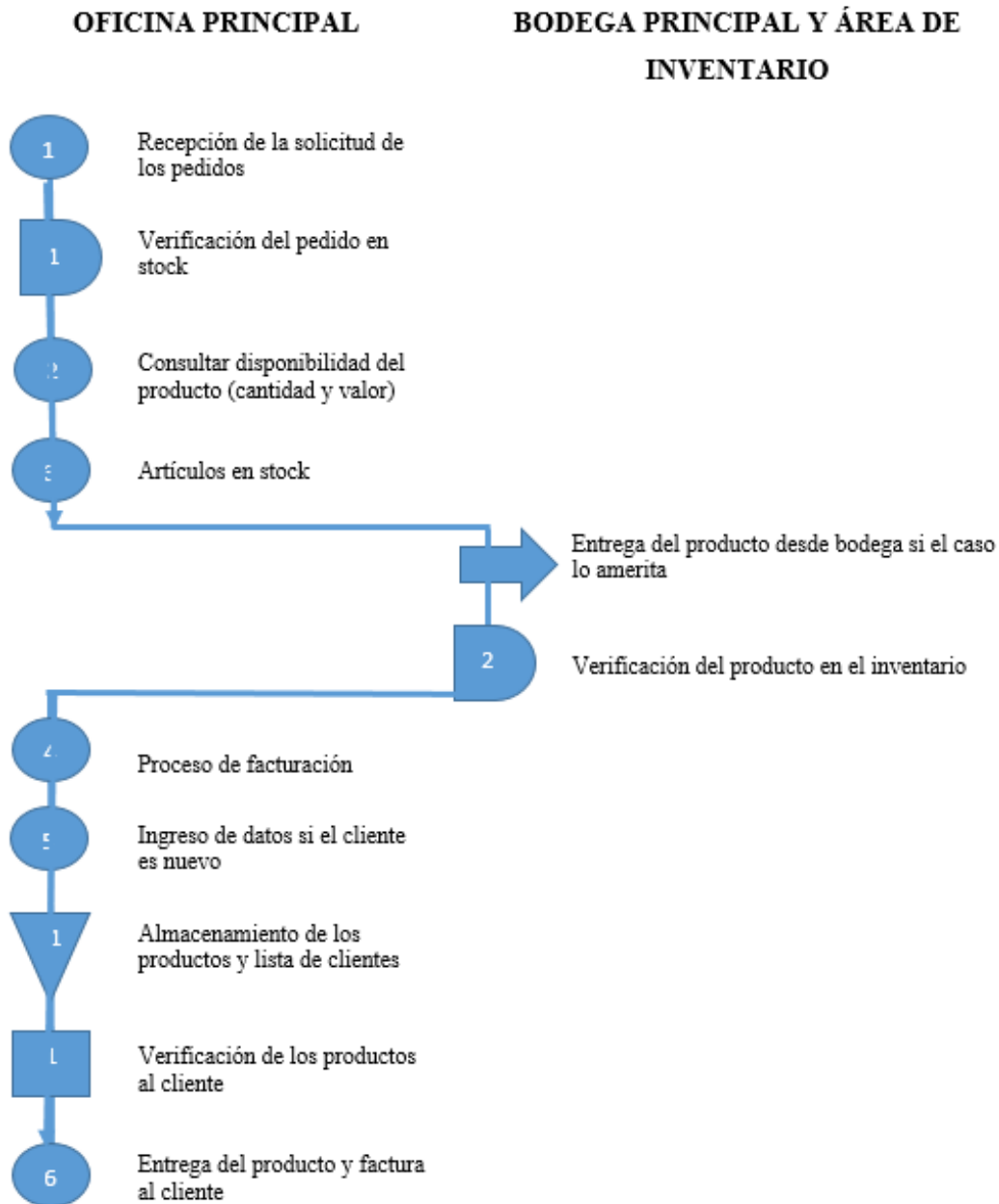
Ilustración 1 DIAGRAMA PROCESO VENTA

### Diagrama de flujo del proceso de venta

Proceso: Recepción de los artículos para la venta al cliente

Empresa: MundoLine

Lugar: Oficina principal



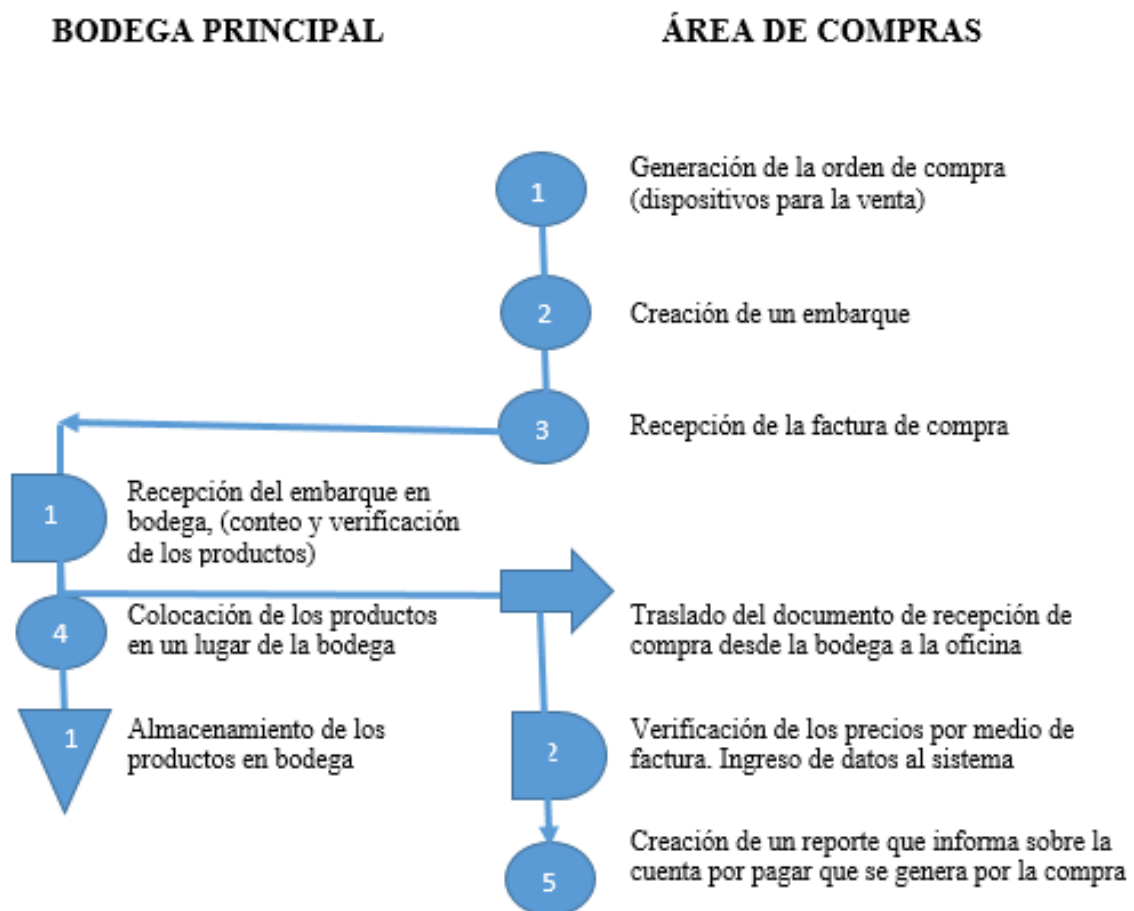


## DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DE COMPRAS

Proceso: Compra de artículos para la empresa

Empresa: MundoLine

Lugar; Área de bodega y oficina principal



## DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE INVENTARIO

Proceso: Elaborar procedimiento para el almacenaje de productos

Empresa: MundoLine

Lugar; Área de bodega y oficina principal

