

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

SISTEMAS DE CONTROL Y SU IMPACTO EN LA
ATENCIÓN A LOS CLIENTES EN LA ESTACIÓN
DE SERVICIOS EL TERMINAL, DE LA CIUDAD
DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI.

Trabajo de Investigación previo a la obtención del
título de Ingeniero en Administración de Empresas y
Negocios

AUTOR:

Terán Enríquez Julio César

DIRECTORA:

Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano Mg.

AMBATO-ECUADOR
2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de directora del trabajo de investigación “SISTEMAS DE CONTROL Y SU IMPACTO EN LA ATENCIÓN A LOS CLIENTE EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS EL TERMINAL, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”, presentado por Julio César Terán Enríquez, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 5 de Octubre 2016

Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano Mg.
DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Julio César Terán Enríquez

C.I: 0503207193

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Julio César Terán Enríquez, declaro ser autor del trabajo de investigación “SISTEMAS DE CONTROL Y SU IMPACTO EN LA ATENCIÓN A LOS CLIENTE EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS EL TERMINAL, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios” autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Parciales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato a los 27 días del mes de octubre de 2016, firmo conforme:

Autor: Julio César Terán Enríquez

C.I. 0503207193

Dirección: Av. Marco Aurelio Subía y César Dávila

Correo electrónico: tortuga_69@hotmail.com

Teléfono: 0992828797

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis padres Rodrigo y Martha, quienes me han apoyado incondicionalmente en las diferentes etapas y experiencias de mi vida. A ustedes me debo y por ustedes soy.

Gracias

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a aquellos estudiantes que nunca se quebrantaron ante el sistema, que defienden sus ideas y pensamientos demostrando que pensar diferente o ser distinto no siempre será sinónimo de incorrecto o errado.

Julio César Terán Enríquez

ÍNDICES

Índice de Contenidos

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICES	vii
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Tablas	x
Índice de Gráficos	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
Contextualización.....	3
Macro contextualización:	3
Meso contextualización:.....	4
Micro contextualización:.....	5
Análisis Crítico:	6
Prognosis	8
Delimitación de la investigación.....	8
Justificación.....	9
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos.....	10
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO.....	11

Fundamentación Legal	11
Categorías Fundamentales	24
Constelación de ideas	25
Fundamentación Teórica.....	27
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA	41
Enfoque	41
Modalidad de investigación	41
Niveles o tipos.....	42
Exploratorio.....	42
Descriptivo	42
Población.....	42
Muestra.....	43
Operación de variables.....	44
CAPITULO IV.....	46
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	46
Análisis e interpretación de datos clientes externos.....	46
Análisis e interpretación de datos clientes internos	57
CAPÍTULO V	64
PROPUESTA.....	64
Título de la propuesta a implementarse	64
Datos informativos	64
Justificación.....	65
Objetivos	65
General	65
Específicos	65
Modelo operativo de ejecución de la propuesta.....	66
Modelo gráfico	66
Modelo verbal	67
Modelo matemático.....	86

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
Conclusiones	87
Recomendaciones.....	87
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	92

Índice de Tablas

Tabla No. 1: Población.....	43
Tabla No. 2: Muestra.....	43
Tabla No. 3: Operacionalización de la Variable Sistemas de control.....	44
Tabla No. 4: Operacionalización de la Variable Atención al cliente.....	45
Tabla No. 5: Datos de Facturación.....	46
Tabla No. 6: Tipo de Vehículo.....	48
Tabla No. 7: Tiempo promedio de atención moto, cuadrón, motoneta.....	49
Tabla No. 8: Tiempo promedio de atención vehículo liviano.....	50
Tabla No. 9: Tiempo promedio de atención vehículo mediano	51
Tabla No. 10: Tiempo promedio de atención vehículo pesado.....	52
Tabla No. 11: Servicios relevantes.....	53
Tabla No. 12: Fallas en la atención	54
Tabla No. 13: Quejas y reclamos resueltos	55
Tabla No. 14: Aspectos de preferencia.....	56
Tabla No. 15: Nivel formación educativa	57
Tabla No. 16: Nivel de motivación	58
Tabla No. 17: Factores en el servicio	59
Tabla No. 18: Actitud con los clientes	60
Tabla No. 19: Matriz de evaluación de factores internos EFI.....	67
Tabla No. 20: Hoja de verificación del proceso de control y ventas	68
Tabla No. 21: Matriz MPC de los diferentes sistemas computarizados evaluado	70
Tabla No. 22: Diagrama de flujo del proceso de ventas y facturación.....	84
Tabla No. 23: Análisis de cumplimiento mediante indicadores.....	85
Tabla No. 24: Modelo Matemático.....	86
Tabla No.25: Clientes con crédito de la Estación de servicios El Terminal	96
Tabla No. 26: Marco muestral cliente externo.....	97

Índice de Gráficos

Gráfico No. 1: Tecnologías de Información y la Comunicación	5
Gráfico No. 2: Árbol de Problemas.....	7
Gráfico No. 3: Árbol de Problemas.....	24
Gráfico No. 4: Constelación de ideas de la variable Independiente	25
Gráfico No. 5: Constelación de ideas de la variable Dependiente.....	26
Gráfico No. 6: FEED-BACK	37
Gráfico No. 7: Datos de Facturación.....	46
Gráfico No. 8: Tipo de vehículo	48
Gráfico No. 9: Tiempo promedio de atención moto, cuadrón, motoneta	49
Gráfico No. 10: Tiempo promedio de atención vehiculo liviano.....	50
Gráfico No. 11: Tiempo promedio de atención vehiculo mediano.....	51
Gráfico No. 12: Tiempo promedio de atención vehiculo pesado.....	52
Gráfico No. 13: Servicios relevante	53
Gráfico No. 14: Fallas en la atención.....	54
Gráfico No. 15: Quejas y reclamos resueltos.....	55
Gráfico No. 16: Aspectos y reclamos resueltos	56
Gráfico No. 17: Nivel formacion educativa.....	57
Gráfico No. 18: Nivel de motivación.....	58
Gráfico No. 19: Factores en el servicio.....	59
Gráfico No. 20: Actitud con los clientes	60
Gráfico No. 21: Modelo operativo de ejecucion de la propuesta.....	66
Gráfico No. 22: Verificación del proceso de control y ventas	69
Gráfico No. 23: Ingreso al Sistema.....	71
Gráfico No. 24: Modulos del sistema	71
Gráfico No. 25: Modulo Ventas y Cuentas por cobrar	72
Gráfico No. 26: Edicion en el modulo ventas y cuentas por cobrar	72
Gráfico No. 27: Transacciones, notas de credito, facturas de venta, movimientos	73
Gráfico No. 28: Notas de Crédito	73
Gráfico No. 29: Visualizacion de notas de Crédito.....	74
Gráfico No. 30: Registro de ventas	75

Gráfico No. 31: Módulo consulta e informes.....	75
Gráfico No. 32: Reportes de documentos	76
Gráfico No. 33: Reporte de notas de entrega	76
Gráfico No. 34: Nota de entrega	77
Gráfico No. 35: Reporte de facturas de venta	77
Gráfico No. 36: Facturas de venta.....	78
Gráfico No. 37: Factura.....	79
Gráfico No. 39: Conprobantes electrónicos	80
Gráfico No. 41: Diagrama de flujo del proceso de ventas y facturación	84
Gráfico No. 42: Logotipo	98
Gráfico No. 43: Estación de Servicios el Terminal (Noche)	98
Gráfico No. 44: Estación de Servicios el Terminal (Día)	99
Gráfico No. 45: Colaboradores de la estación de Servicios el Terminal	99

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “SISTEMAS DE CONTROL Y SU IMPACTO EN LA ATENCIÓN A LOS CLIENTE EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS EL TERMINAL, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTOR: Julio César Terán Enríquez

DIRECTORA: Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente dentro del desarrollo empresarial del Ecuador se han experimentado cambios sustanciales en cuanto al funcionamiento, aplicaciones y manejo de las tecnologías para el control o monitoreo entre el estado y la empresa privada. Justamente esta influencia ha generado cambios y reestructuración en la facturación que es regulado por parte del Servicio de Rentas Internas, dando paso al uso de la facturación electrónica. Este cambio en el modelo y forma de facturar impactara a los negocios y empresas involucradas, las influencias de las tecnologías involucradas en estos cambios conllevan a una modificación integral de los sistemas de hardware, software e incluso procesos y actividades internas de las empresas. El uso y emisión de certificados electrónicos en el Ecuador es realizado por medio del Banco Central del Ecuador. Sin alguna duda los estudios y análisis expuestos en este trabajo nos darán una pauta para el mejor entendimiento y aplicación de estas tecnologías especialmente en estaciones de servicios, negocios en los cuales la maquinaria y equipos especializados juegan un papel de gran importancia para poder construir un sistema tecnológico que agrupa y maneja la información generada por parte de la maquinaria involucrada directamente en la venta y los requerimientos de información generados por las tecnologías usadas en el campo administrativo.

DESCRIPTORES: Gestión comercial, gestión administrativa, sistemas de control, facturación y control electrónico.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA: “SISTEMAS DE CONTROL Y SU IMPACTO EN LA ATENCIÓN A LOS CLIENTES EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS EL TERMINAL, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTOR: Julio César Terán Enríquez

DIRECTORA: Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano Mg

ABSTRACT

Currently within the business development of Ecuador they have experienced substantial changes in the operation, applications and management technologies for controlling or monitoring between the state and private enterprise. Just this influence led to changes and restructuring in the billing which is regulated by the Internal Revenue Service, giving way to the use of electronic invoicing. This change in the pattern and form of bill will impact businesses and companies involved, the influence of the technologies involved in these changes lead to a comprehensive modification of systems hardware, software and even internal processes and business activities. The use and issuance of electronic certificates in Ecuador is performed by the Central Bank of Ecuador. Without any doubt the studies and analyzes presented in this paper give us a guideline for better understanding and application of these technologies especially in service stations, businesses in which machinery and specialized equipment plays a role of great importance to build a system technology that brings together and manages the information generated by the machinery involved directly in the sales and information requirements generated by the technologies used in the administrative field.

DESCRIPTORS: Commercial management, administrative management, control systems, invoicing and electronic control.

INTRODUCCIÓN

Sistemas de control y su impacto en la atención a los clientes en la Estación de Servicios El Terminal, de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi.

Los Sistemas de Control han llegado a tener gran importantes en las Estaciones de Servicio o Gasolineras en los últimos años, ya que la carga administrativa generada por los organismos de control ha crecido considerablemente, tales como: Servicio de Rentas Internas, Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, Ministerio del Ambiente.

Lo que ha provocado varios cambios y problemas en diferentes áreas a este giro de negocio, llegando no solo a afectar a la organización interna de la empresa sino también al consumidor final.

El primer capítulo recolecta información de la problemática en sí de nuestro estudio, donde encontraremos la macro, meso y micro contextualización, como también la introducción, la prognosis, formulación del problema, delimitación de la investigación, justificación y finalmente los objetivos, general y específicos.

Dentro del segundo capítulo se expone la fundamentación legal, categorías fundamentales, las variables tanto independiente como dependiente con sus respectivas constelaciones de ideas, y cerramos este capítulo con la fundamentación teórica.

El tercer capítulo abarca en su desarrollo la metodología a seguir, el tipo de enfoque, modalidad de investigación, los niveles o tipos, la población y su muestra, finalizando con la operacionalización de variables tanto la variable independiente como la variable dependiente.

Llegamos al capítulo cuarto donde se analizan e interpretan los datos obtenidos de nuestro estudio, donde estarán expuestos de forma numérica como también de

forma gráfica para una mejor apreciación de los resultados recolectados en el estudio.

El quinto capítulo, nos presenta la propuesta a la problemática planteada, donde se encuentra el título de la propuesta a implementarse, los datos informativos, la justificación, los objetivos de la propuesta tanto general como específicos, el modelo operativo de ejecución de la propuesta, que consta de un modelo gráfico, uno verbal y otro matemático, a esto seguido de las conclusiones y recomendaciones, fuentes bibliográficas y anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema:

“Sistemas de control y su impacto en la atención a los clientes en la estación de servicios El Terminal, de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi”

Planteamiento del Problema

Contextualización

Macro contextualización:

Al hablar de la venta y comercialización de combustibles derivados de petróleo en Ecuador, se debe conocer que la Empresa Pública Petroecuador es la encargada de abastecer y administrar el combustible generado en las distintas refinерías del estado, donde se producen diésel 1, diésel 2, diésel premium, gasolina extra, gasolina súper, gas licuado de petróleo GLP, jet A1, pesca artesanal; como también se encarga de los requerimientos de importaciones de combustibles para satisfacer la demanda nacional de combustibles.

“Actividad que es complementada mediante el abastecimiento de combustibles a través de sus 8 terminales y 12 depósitos ubicados en Quito, Ambato, Santo Domingo, Guayaquil, Cuenca, Loja, Riobamba, Shushufindi, Galápagos, Oyambaro, Manta y La Libertad y entregándolo a las comercializadoras.” (Erazo, 2014)

“En Ecuador hasta Junio del 2015 se registraron 1062 estaciones de servicio y/o gasolineras, 17 comercializadoras de las cuales EP Petroecuador se encuentra en

primer lugar a nivel nacional con 262 estaciones, seguida de Petróleos y Servicios con 239 estaciones, Primax con 179 estaciones.” (El Comercio, 2015)

Las estaciones de servicio como otros negocios en la actualidad deben cumplir por ley, según la resolución del Servicio de Rentas Internas NAC-DGERCGC12-00105 con fecha 9 de Marzo del 2012, con la implementación de facturación electrónica en sus establecimientos.

“Expedir las normas para el nuevo esquema de emisión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios mediante mensajes de datos (Comprobantes electrónicos)” (SRI, 2012)

Este requerimiento tendrá un gran impacto en las estaciones de servicio, ya que las tecnologías, desarrollo e implementación de este esquema de facturación involucra a diversas áreas de trabajo, por lo que se deberán tener en cuenta nuevos mecanismos de control y nuevos procesos de atención al cliente al momento de realizar los despachos, venta y facturación de los diferentes combustibles ofertados en este tipo de establecimientos.

Meso contextualización:

“La provincia de Cotopaxi está conformada por siete cantones, de los cuales Latacunga tiene 30 estaciones de servicio, seguido de Salcedo con 4 estaciones de servicios, Saquisilí cuenta con 3 estaciones de servicios al igual que La Mana, Pangua y Pujilí con 2 estaciones de servicios cada uno, y finalmente Sigchos con 1 estación de servicios.” (El Comercio, 2015)

De igual manera estas estaciones de servicio deberán implementar el sistema de emisión de documentos electrónicos, y en casos como los de las estaciones de servicio que se encuentran en lugares alejados como lo es Sigchos, Pangua; es muy importante el tener en cuenta cómo implementar los documentos electrónicos, ya que en dichos lugares los recursos tecnológicos necesarios para la implementación son escasos o de menor calidad, como lo es internet.

¿CÓMO ESTÁ EL ACCESO A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN?

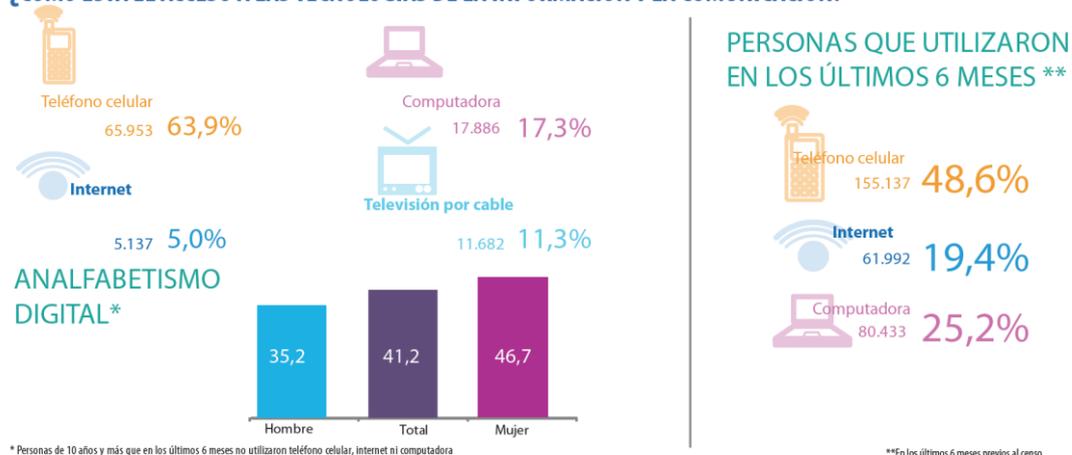


Gráfico No. 1: Tecnologías de Información y la Comunicación
Fuente: Censo de población y vivienda en el Ecuador 2010

Además del impacto que puede generar en la atención al cliente la implementación de estos requerimientos y posteriormente en el uso mismo de estos.

Micro contextualización:

En la ciudad de Latacunga la atención al cliente en el segmento de estaciones de servicio es de mucha importancia, ya que es una gran oportunidad para fidelizar clientes, teniendo en cuenta que la atención al cliente en las estaciones de servicio de Latacunga en términos generales no es de buen nivel y no ha sido tomado en cuenta como un factor de importancia en estas organizaciones tradicionalistas.

La estación de servicios “El Terminal” atiende diariamente a un aproximado de 1.000 clientes, donde se genera una venta total aproximada de 8.000 galones diarios. De los cuales la gasolina extra representa un aproximado del 30% de las ventas totales, la gasolina súper un 5% de las ventas totales, finalmente diésel con el mayor porcentaje de ventas del 65%.

La implementación de comprobantes electrónicos, sistemas, programas y tecnología; podrían ser aprovechado por la organización y usar esa información en la implementación de sistemas de control focalizados en brindar un mejor servicio al cliente y también mejorar los procesos dentro de la organización.

El personal destinado a la atención al cliente en la estación de servicios está conformado por 10 personas o despachadores, los cuales son los encargados de la venta, facturación y despachos de los productos ofertados en el establecimiento.

Análisis Crítico:

La aplicación de tecnologías de información y comunicación, en las empresas es cada vez más amplia, es así que hoy en día se encuentran sistemas de facturación en desarrollo, los cuales tiene por objeto el generar documentos electrónicos como comprobantes de venta, facturas, retenciones, guías de remisión. Estos documentos electrónicos se encuentran en cambio constante de acuerdo a las necesidades de la empresa y a los cambios que el SRI comunique a la organización para ser modificados.

También es importante tener procesos organizacionales definidos, de esta manera los posibles problemas que generen estos cambios podrán ser manejados de mejor manera; como lo es la demora en la atención al cliente y la emisión correcta de los documentos electrónicos.

Por esto la importancia de tener herramientas administrativas de control, como lo son los sistemas de control, lo que nos ayuda a ser menos vulnerables en la toma de decisiones y hablar un solo lenguaje dentro de la organización, es decir transmitir de manera efectiva la información necesaria a lo largo de toda la jerarquía de la empresa respecto a las mediciones o resultados obtenidos en la aplicación de los sistemas de control. Con más énfasis aun en esos niveles de la organización donde la competencia del talento humano es bajo y no existen relaciones interpersonales confortables.

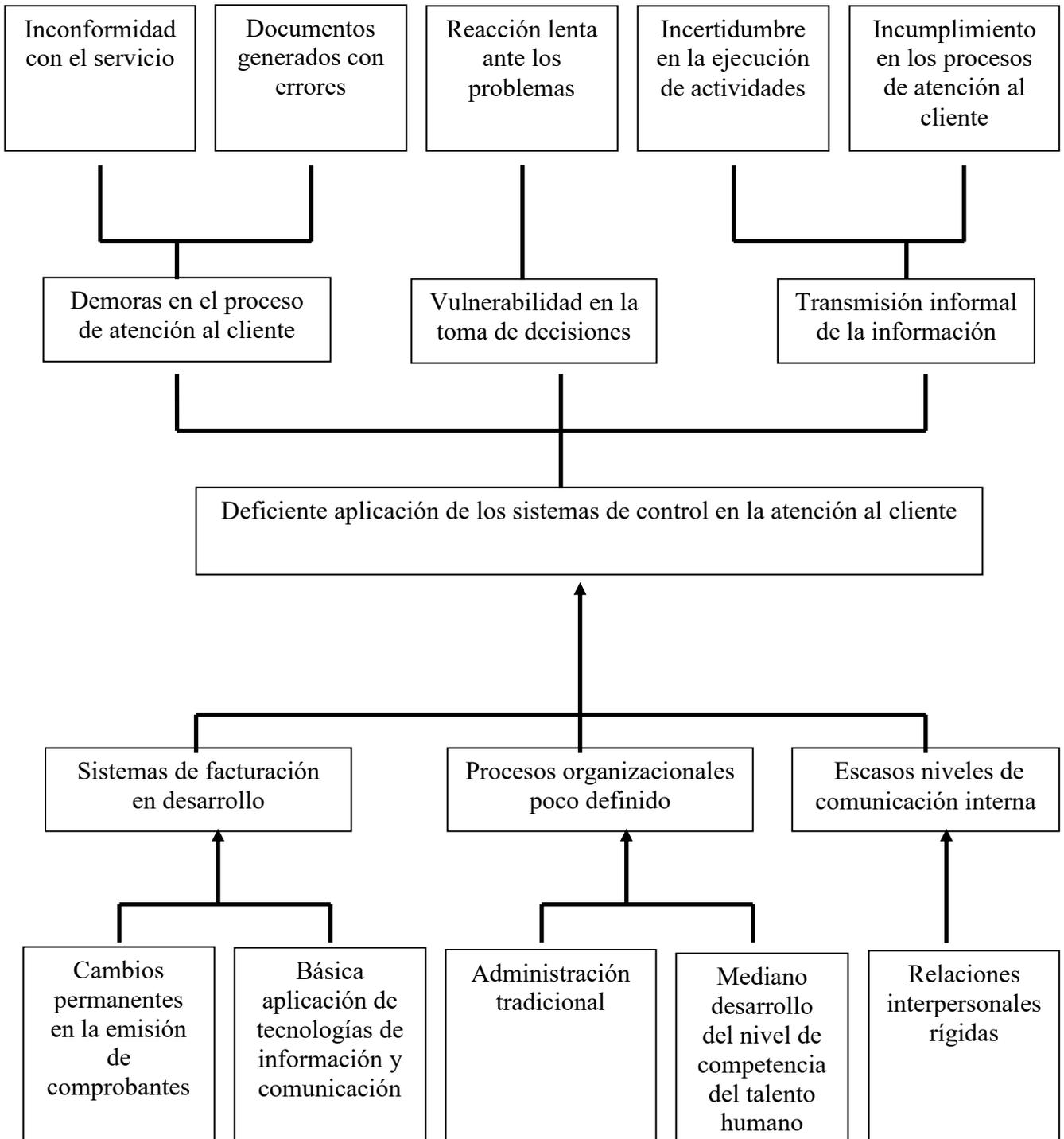


Gráfico No. 2: Árbol de Problemas
Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Prognosis

Las nuevas tecnologías e implementación de las mismas generalmente son recibidas negativamente en las organizaciones que no se encuentran preparadas para los cambios, a esto hay que sumarle la escasa inversión en la capacitación a los trabajadores que a medida que pasa el tiempo y aparecen nuevos requerimientos y obligaciones establecidas por los organismos de control involucrados, se evidencia aún más estas falencias en la capacitación del personal.

Estos factores afectaran directamente tanto al personal de la organización en el desarrollo normal de sus actividades como también de manera directa al consumidor final, ya que no se los podrá atender de una manera correcta por la falencia de las tecnologías y herramientas necesarias para cumplir con sus actividades de venta y despacho de combustible.

A esto también se suma el no tener un panorama claro en cuanto a los procesos y actividades que se deben seguir y desarrollar a lo largo del proceso de venta y atención al cliente, lo que se refleja en las ventas y fidelización de clientes.

Formulación del problema

¿Cómo los Sistemas de Control impactan en la atención a los clientes de la estación de servicios El Terminal?

Delimitación de la investigación

Campo: Administración

Área: Gestión administrativa

Aspecto: Sistemas de control, atención al cliente

Delimitación Espacial: Ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Delimitación Temporal: 2016

Justificación

Las nuevas normativas, exigencias y competencia en el mercado están relacionadas con la baja en ventas del segmento de estaciones de servicio en la ciudad de Latacunga, motivos suficientes para impulsar la investigación de esta problemática.

A esto también se suma el efecto que género en la ciudad la actividad volcánica del Cotopaxi, por lo que diferentes comercios han sido disminuidos en su producción o comercialización. Esto obliga aún más a la aplicación de una mejor atención al cliente con el objetivo de cautivar nuevos clientes y fidelizarlos.

El impacto que generan los procesos organizacionales es determinante al momento de buscar un correctivo para esta problemática, ya que de aquí nacen y se establecen los procesos y actividades que deben cumplir los integrantes de la organización.

Los beneficiarios serán los clientes internos y externos, permitiendo detectar los procesos y métodos de control, que se aplican en la administración de este tipo de negocios, para determinar el modelo administrativo y su organización, esta realidad permite generar un enfoque hacia la toma de decisiones al momento de enfrentar problemas en la organización.

Objetivos

Objetivo General

Investigar en la estación de servicios “El Terminal”; cómo el uso de los sistemas de control, impactan en la atención a los clientes.

Objetivos Específicos

- Identificar los diferentes sistemas de control para estaciones de servicio existentes en el mercado.
- Detectar los problemas existentes respecto a la atención a los clientes de la estación de servicios “El Terminal”.
- Diseñar una propuesta enfocada a los sistemas de control y atención al cliente para la estación de servicios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador, actualizada 2016

En aplicación a la reforma establecida en la Disposición Reformativa Primera del Código Orgánico Integral Penal (R.O.180S,10II2014), se sustituye la denominación de "Imputado" o "Imputados" por "Procesado" o "Procesados."

Sección III

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

“Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.”

Sección V

RÉGIMEN TRIBUTARIO

“Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y Económicas responsables.” (Código tributario (Codificación No. 2005-09), 2005)

Notas:

- La versión del Código Tributario previa a la presente codificación puede ser revisada en la sección histórica tributaria.
- En virtud de lo prescrito por la Disposición final segunda de la Ley s/n (R.O. 242-3S, 29-XII-2007), el presente código tiene jerarquía y efectos de Ley Orgánica.
- La Ley reformativa para la Equidad Tributaria en el Ecuador (Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007), que reforma este código puede ser consultada en Legislación Interna dentro de esta área.
- En aplicación a la reforma establecida en la Disposición Reformativa Primera del Código Orgánico Integral Penal (R.O. 180-S, 10-II-2014), la denominación del "Código Penal" y del "Código de Procedimiento Penal" fue sustituida por "Código Orgánico Integral Penal".
- En aplicación a la reforma establecida en el Art. 6 de la Resolución 094-2014, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 268 de 16 de junio de 2014, la denominación "Tribunales Distritales Fiscales" fue sustituida por "Tribunales Distritales de lo Contencioso Tributario".

Libro Segundo

DE LOS PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS

Título I

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO TRIBUTARIO

Capítulo I

NORMAS GENERALES

“Art. 73.- Normas de acción. - La actuación de la administración tributaria se desarrollará con arreglo a los principios de simplificación, celeridad y eficacia.”

Resolución No. NAC-DGERCGC14-00790

Dictó y firmó la Resolución que antecede, la Econ. Ximena Amoroso Iñiguez, Directora General del Servicio de Rentas Internas, en Quito D. M., a 30 SET. 2014.

Lo certifico.

f.) Dra. Alba Molina, Secretaria General del Servicio de Rentas Internas.

No. NAC-DGERCGC14-00790

30 SET. 2014

LA DIRECTORA GENERAL DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Considerando:

Que, el artículo 83 de la Constitución de la República del Ecuador establece que son deberes y responsabilidades de los habitantes del Ecuador acatar y cumplir con la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente, cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social y pagar los tributos establecidos por ley,

Que, conforme el artículo 226 de la Constitución de la República del Ecuador, las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley;

Que, el artículo 300 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad,

eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos;

Que, el artículo 1 de la Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas califica establece la creación del Servicio de Rentas Internas (SRI) como una entidad técnica y autónoma, con personería jurídica, de derecho público, patrimonio y fondos propios, jurisdicción nacional y sede principal en la ciudad de Quito. Su gestión estará sujeta a las disposiciones de la citada Ley, del Código Tributario, de la Ley de Régimen Tributario Interno y de las demás leyes y reglamentos que fueren aplicables y su autonomía concierne a los órdenes administrativo, financiero y operativo;

Que, de conformidad con lo establecido en el artículo 8 de la Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, el Director o Directora General del Servicio de Rentas Internas expedirá resoluciones de carácter general y obligatorio, tendientes a la correcta aplicación de normas legales y reglamentarias;

Que, el artículo 7 del Código Tributario establece que el Director o Directora General del Servicio de Rentas Internas dictará circulares o disposiciones generales necesarias para la aplicación de las leyes tributarias y para la armonía y eficiencia de su administración;

Que, el artículo 73 del Código Tributario establece que la actuación de la Administración Tributaria se desarrollará con arreglo a los principios de simplificación, celeridad y eficacia;

Que, el numeral 2 del artículo 16 de la Constitución de la República señala que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho al acceso universal a las tecnologías de información y comunicación;

Que, a partir de la vigencia de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, publicada en el Suplemento del Registro

Oficial No 557 de fecha 17 de abril del 2002, los mensajes de datos y los documentos escritos tienen igual valor jurídico, siempre y cuando los primeros cumplan los requisitos establecidos en la norma legal y reglamentaria;

Que, en el artículo 17 *ibídem* establece las siguientes obligaciones del titular de la firma electrónica: a) cumplir con las obligaciones derivadas del uso de la firma electrónica; b) actuar con la debida diligencia y tomar las medidas de seguridad necesarias, para mantener la firma electrónica bajo su estricto control y evitar toda utilización no autorizada; c) notificar por cualquier medio a las personas vinculadas, cuando exista el riesgo de que su firma sea controlada por terceros no autorizados y utilizada indebidamente; d) verificar la exactitud de sus declaraciones; e) responder por las obligaciones derivadas del uso no autorizado de su firma, cuando no hubiere obrado con la debida diligencia para impedir su utilización, salvo que el destinatario conociere de la inseguridad de la firma electrónica o no hubiere actuado con la debida diligencia; f) notificar a la entidad de certificación de información los riesgos sobre su firma y solicitar oportunamente la cancelación de los certificados; y, g) las demás señaladas en la ley y sus reglamentos;

Que, el artículo 30 del mencionado cuerpo legal establece las obligaciones de las entidades de certificación de información acreditadas;

Que, el artículo 48 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos establece que previamente a que el usuario o consumidor exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes;

Que la Disposición General Novena de dicho cuerpo legal, define al mensaje de datos como: “toda información creada, generada, procesada, enviada, recibida, comunicada o archivada por medios electrónicos, que puede ser intercambiada por cualquier medio”; y, a la factura electrónica como un “conjunto de registros

lógicos archivados en soportes susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos que documentan la transferencia de bienes y servicios, cumpliendo los requisitos exigidos por las Leyes Tributarias, Mercantiles y más normas y reglamentos vigentes.”;

Que, el segundo inciso del artículo 103 de la Ley de Régimen Tributario Interno señala que el contribuyente deberá consultar, en los medios que ponga a su disposición el Servicio de Rentas Internas, la validez de los comprobantes de venta sin que pueda argumentar el desconocimiento del sistema de consulta para pretender aplicar crédito tributario o sustentar costos y gastos con documentos falsos o no autorizados;

Que, el inciso tercero del numeral 3 del artículo 6 del Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios, establece que la autorización de los documentos referidos en el citado reglamento, emitidos mediante mensaje de datos firmados electrónicamente, se otorgará por cada comprobante, mismo que se validará en línea, de acuerdo a lo establecido en la Resolución que para el efecto emita el Servicio de Rentas Internas;

Que, la Disposición General Sexta *ibídem* establece que el Servicio de Rentas Internas, a través de Resolución General, podrá autorizar la emisión electrónica de los documentos referidos en dicho reglamento guardando conformidad con las disposiciones pertinentes de la Ley de Comercio Electrónico y su reglamento. Los documentos emitidos electrónicamente deberán contener y cumplir, en esa modalidad, con todos los requisitos que se establecen en dicho reglamento para aquellos documentos que se emitan de forma física, en lo que corresponda, constará con la firma electrónica de quien los emita y tendrán su mismo valor y efectos jurídicos;

Que, el Acuerdo Ministerial No 181, expedido por el Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, publicado en el Registro Oficial No 553 de 11 de octubre del 2011 establece que, con el fin de garantizar la

interoperabilidad y estandarización de los procesos electrónicos, las instituciones y organismos señalados en el artículo 225 de la Constitución de la República deberán implementar plataformas, sistemas informáticos o aplicativos que contemplen el uso de certificados electrónicos para firma electrónica debidamente acreditadas ante el CONATEL;

Que, el artículo 1 de la Resolución No NAC-DGERCGC12- 00032, publicada en el Registro Oficial No 635 de 7 de febrero del 2012, dispone que las declaraciones de impuestos administrados por el Servicio de Rentas Internas se realicen exclusivamente en medio magnético vía internet, de acuerdo con los sistemas y herramientas tecnológicas establecidas para tal efecto por esta Administración Tributaria;

Que, el Servicio de Rentas Internas expidió la Resolución No NAC-DGERCGC12-00105, publicada en el Registro Oficial No 666 de fecha 21 de marzo del 2012, en la que se resolvió: “Expedir las normas para el nuevo esquema de emisión de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios mediante mensajes de datos (comprobantes electrónicos).” Este esquema requiere una intervención continua por parte de la Administración Tributaria para la validación de los comprobantes electrónicos, contraviniendo el principio de simplicidad administrativa;

Que, el principio constitucional de eficiencia implica una racionalización a favor de la incorporación tecnológica, simplificación en pro de la sencillez, eficacia y economía de trámites y modernización para fortalecer los nuevos cometidos estatales, para fortalecer la simplicidad administrativa, y;

En uso de las atribuciones que le otorga la ley,

Resuelve:

Expedir las normas para la emisión y autorización de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios mediante comprobantes electrónicos.

Artículo 1.- **Ámbito de aplicación.** - Se autoriza a los sujetos pasivos la emisión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios mediante la modalidad de comprobantes electrónicos, conforme a las disposiciones señaladas en la presente Resolución.

Artículo 2.- **De la emisión.** - Los sujetos pasivos de tributos podrán emitir como comprobantes electrónicos, entre otros, los siguientes comprobantes de venta, retención y documentos complementarios:

- a) Facturas;
- b) Comprobantes de Retención;
- c) Guías de Remisión;
- d) Notas de Crédito; y,
- e) Notas de Débito.

Artículo 3.- **Procedimiento.** - Para la emisión de comprobantes electrónicos los sujetos pasivos deberán cumplir lo siguiente:

1. Presentar su solicitud al Servicio de Rentas Internas en el formato dispuesto para el efecto en la página web institucional www.sri.gob.ec. La solicitud deberá ser presentada por vía electrónica a través de la aplicación “Comprobantes Electrónicos”, disponible en el sistema de “*Servicios en Línea*”, que se encuentra en la referida página web institucional.
2. Para el efecto, previamente el contribuyente deberá, por única vez, ingresar una solicitud de emisión bajo el aplicativo “*Comprobantes Electrónicos*”, en la opción de “*Pruebas*”. Aprobada la solicitud, se deberá efectuar todos los

ajustes necesarios en los sistemas computarizados e informáticos para la emisión de comprobantes electrónicos de tal manera que se garantice la calidad de la información enviada a la Administración Tributaria conforme a la “Ficha Técnica” que se publique. Al tratarse de un período de prueba, los comprobantes electrónicos emitidos bajo esta opción, sin perjuicio de la autorización otorgada por el Servicio de Rentas Internas, no tienen validez tributaria, y por tanto no sustentan costos y gastos, ni crédito tributario.

3. Una vez que el contribuyente haya realizado todas las verificaciones dentro del ambiente de “*Pruebas*”, así como los ajustes necesarios señalados en el numeral anterior, ingresará su solicitud de emisión de comprobantes electrónicos, en la opción “*ambiente de producción*”. Los comprobantes emitidos bajo esta opción, tienen validez tributaria, sustentan costos, gastos y crédito tributario, de conformidad con la ley.

Es responsabilidad del emisor garantizar al adquirente que el comprobante de venta, retención y documentos complementarios emitido mediante la modalidad de mensajes de datos cumple con todos los requisitos necesarios para su validez. La aprobación otorgada por el Servicio de Rentas Internas respecto de la solicitud de emisión de comprobantes electrónicos tendrá vigencia indefinida.

4. Los comprobantes electrónicos deberán estar firmados electrónicamente únicamente por el emisor, es su responsabilidad mantener vigente el certificado de firma electrónica utilizado y además deberá observar lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. Este certificado podrá extinguirse, suspenderse o revocarse de acuerdo a lo establecido en la ley antes mencionada y su Reglamento.
5. Los comprobantes electrónicos emitidos en el ambiente de “*Pruebas*”, así como en el ambiente de “*Producción*”, deberán cumplir con los requisitos de pre impresión y llenado, establecidos en el Reglamento de Comprobantes de

Venta, Retención y Documentos Complementarios y las resoluciones que se dicten para el efecto.

6. Los sujetos pasivos deberán estar a lo dispuesto en la “Ficha Técnica” así como sujetarse a los requisitos adicionales de unicidad y demás especificaciones detalladas en los archivos “XML” y “XSD”, que el Servicio de Rentas Internas publique en la página web institucional www.sri.gob.ec.

Artículo 4.- Del deber de informar las alternativas de emisión. - El emisor deberá poner en conocimiento del usuario o consumidor la posibilidad de recibir el comprobante de manera electrónica o impresa. Este último constituye una representación impresa del documento electrónico (RIDE).

Artículo 5.- Del consentimiento. - Los emisores de comprobantes electrónicos deben contar con el consentimiento del consumidor o usuario antes de la emisión y envío del comprobante electrónico. Asimismo, los emisores instruirán satisfactoriamente al consumidor o usuario sobre la forma de acceder a la información de dicho comprobante, los medios (portal web, correo electrónico, entre otros.), los equipos y programas que requiere para ello.

Artículo 6.- De la impresión. - Siempre que se hubiese transmitido a la Administración Tributaria el comprobante electrónico, los emisores deberán imprimir y entregar el RIDE en los siguientes casos:

- a) Cuando no exista el consentimiento del usuario o consumidor para recibir el comprobante electrónico;
- b) Cuando la impresión sea requerida de manera expresa por el receptor, en el momento de la emisión o después; y,
- c) Cuando en la compra no se identifique al consumidor o usuario (consumidor final).

La impresión de la representación del comprobante electrónico (RIDE) tendrá igual validez que los comprobantes establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios y su contenido podrá ser verificado con la información que reposa en la base de datos de la Administración Tributaria.

Artículo 7.- Casos especiales. - Cuando por motivos de fuerza mayor no sea posible generar un comprobante electrónico mediante comprobante electrónico, el emisor podrá emitir un comprobante de venta, retención y documentos complementarios bajo las otras formas de emisión conforme a los requisitos establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios.

Artículo 8.- De la clave de acceso. - El emisor deberá proporcionar al consumidor o usuario la “clave de acceso” de su comprobante electrónico lo que servirá para comprobar en la página web del Servicio de Rentas Internas el estado del comprobante electrónico.

Artículo 9.- De la transmisión. - Los sujetos pasivos que emitan comprobantes electrónicos deberán remitirlos a la Administración Tributaria en el momento mismo de realizarse la transacción utilizando para ello los enlaces “web services” dispuestos en la “Ficha Técnica”. A través de este mecanismo se realizará el envío, recepción, validación, autorización o rechazo de los comprobantes electrónicos.

Solamente en caso de que los sujetos pasivos, por la naturaleza de su actividad económica, emitan comprobantes electrónicos masivamente, podrán enviarlos al Servicio de Rentas Internas de forma conjunta o agrupada en las condiciones señaladas en la “Ficha Técnica”, dentro de un máximo de veinte y cuatro horas de haberse realizado la transacción o generación del comprobante electrónico.

Artículo 10.- De la unicidad. - Los comprobantes electrónicos llevarán, como requisito obligatorio, una “clave de acceso” de carácter numérico que será generada por el emisor. Esta clave, que se constituye en el número de autorización del comprobante, será única para cada documento.

Artículo 11.- Del estado. - Los comprobantes enviados a la Administración Tributaria para su validación podrán pasar a los siguientes estados: “Autorizado” o “No Autorizado”, pudiendo ser consultados en el portal web institucional.

Cuando los sujetos pasivos emisores de comprobantes electrónicos conozcan que un comprobante emitido se encuentre en estado “No Autorizado”, estarán en la obligación de hacer la entrega posterior a los receptores de los mencionados comprobantes, una vez confirmado su estado “Autorizado” en máximo veinte y cuatro horas.

Artículo 12.- De la obligación de la entrega. - Los emisores tienen la obligación de enviar o poner a disposición de los usuarios o consumidores el comprobante electrónico en las condiciones, oportunidad y medios establecidos en la presente Resolución. La omisión del envío, indisponibilidad o inaccesibilidad al comprobante electrónico se constituye en no entrega.

Cuando el consumidor o usuario no proporcione al emisor la información necesaria para el acceso al comprobante electrónico, tendrá que imprimir y entregar el RIDE.

Artículo 13.- De la consulta. - Los usuarios o consumidores deberán consultar, en los medios que ponga a su disposición el Servicio de Rentas Internas, la validez de los mencionados comprobantes electrónicos.

Artículo 14.- De la verificación. - El Servicio de Rentas Internas pondrá a disposición de todos los sujetos pasivos, en su página web institucional “*Servicios en Línea*”, la herramienta de “*Consulta Pública y Privada de Validez de*

Comprobantes Electrónicos” en la cual se podrá verificar el estado del comprobante electrónico. No se podrá aplicar crédito tributario o sustentar costos y gastos con comprobantes electrónicos falsos o no autorizados.

La Administración Tributaria ofrece a los sujetos pasivos la opción de consulta en detalle de los comprobantes electrónicos emitidos y/o recibidos en un determinado período. Esta herramienta puede ser utilizada ingresando con la clave personal a la opción “*consulta privada*”.

Artículo 15.- De la conservación. - Los sujetos pasivos que fueren autorizados a emitir comprobantes electrónicos, así como aquellos que reciban documentos autorizados emitidos bajo esta modalidad, deberán conservar dicha información por un plazo igual al establecidos para los comprobantes emitidos en la modalidad de pre impresión, sin perjuicio del registro que mantendrá el Servicio de Rentas Internas de las transacciones realizadas por los sujetos pasivos.

Categorías Fundamentales

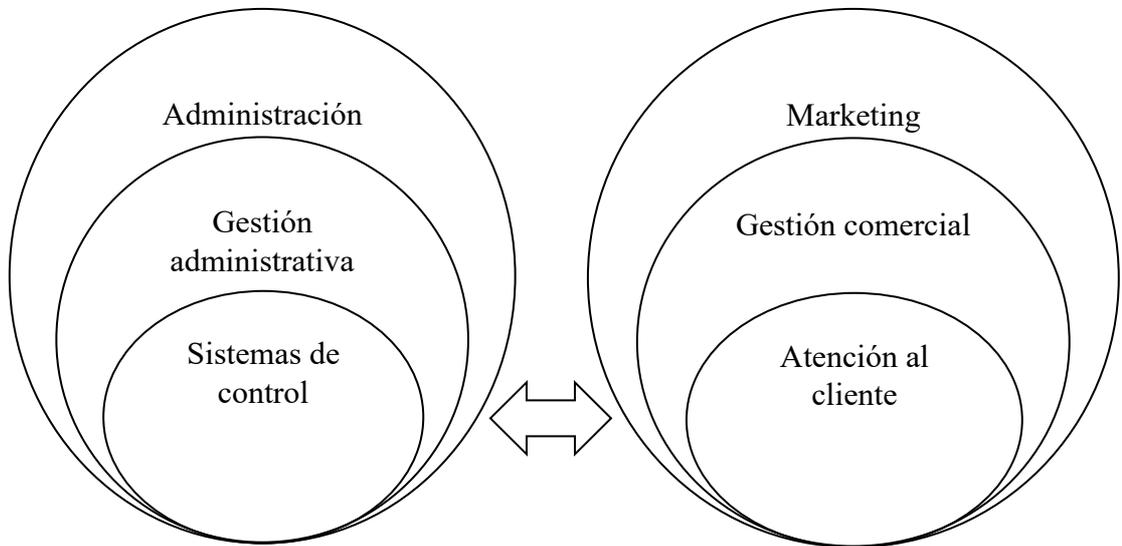


Gráfico No. 3: Árbol de Problemas
Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

**Constelación de ideas
Variable Dependiente**

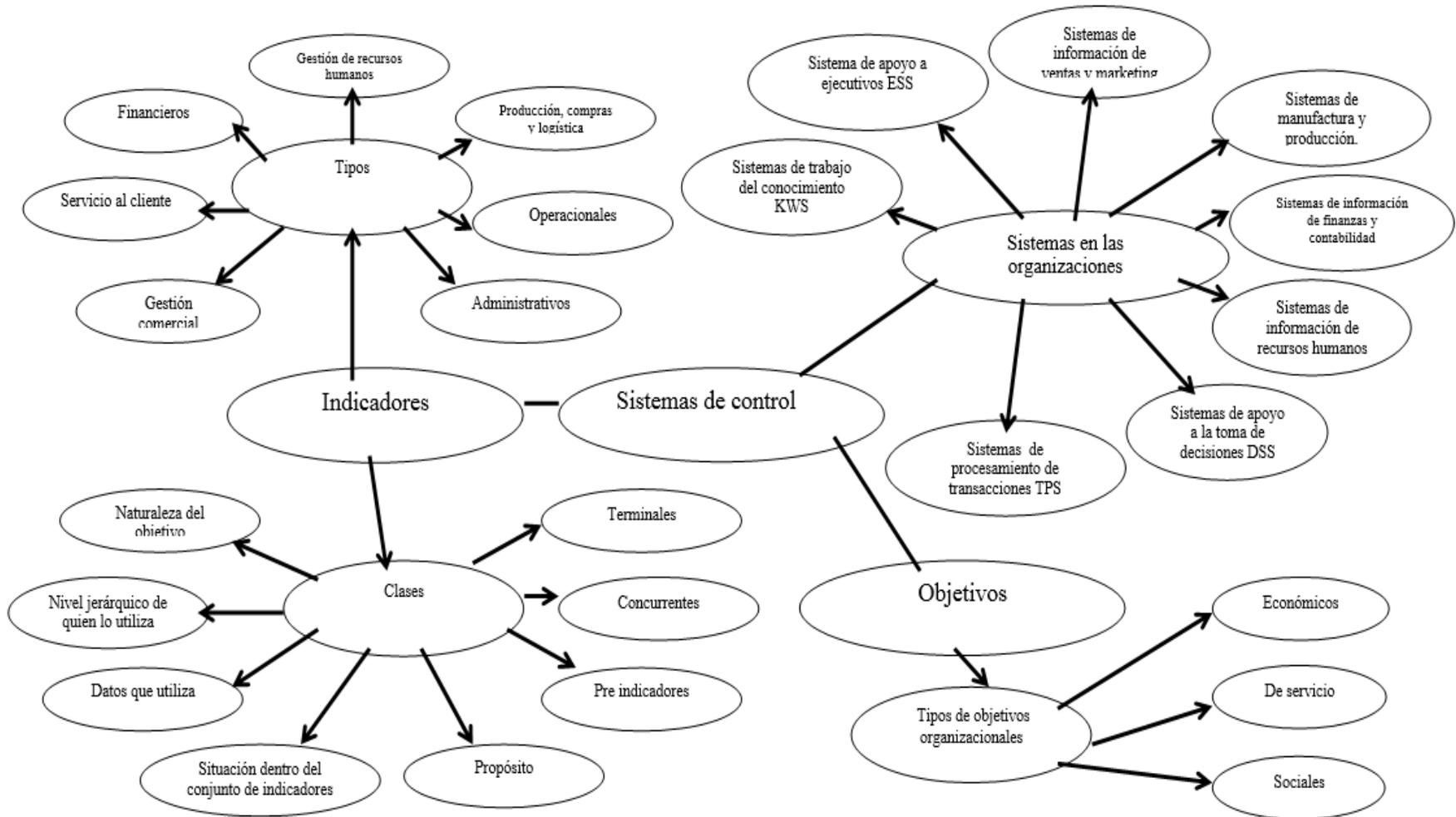


Gráfico No. 4: Constelación de ideas de la variable Independiente
Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Variable dependiente:

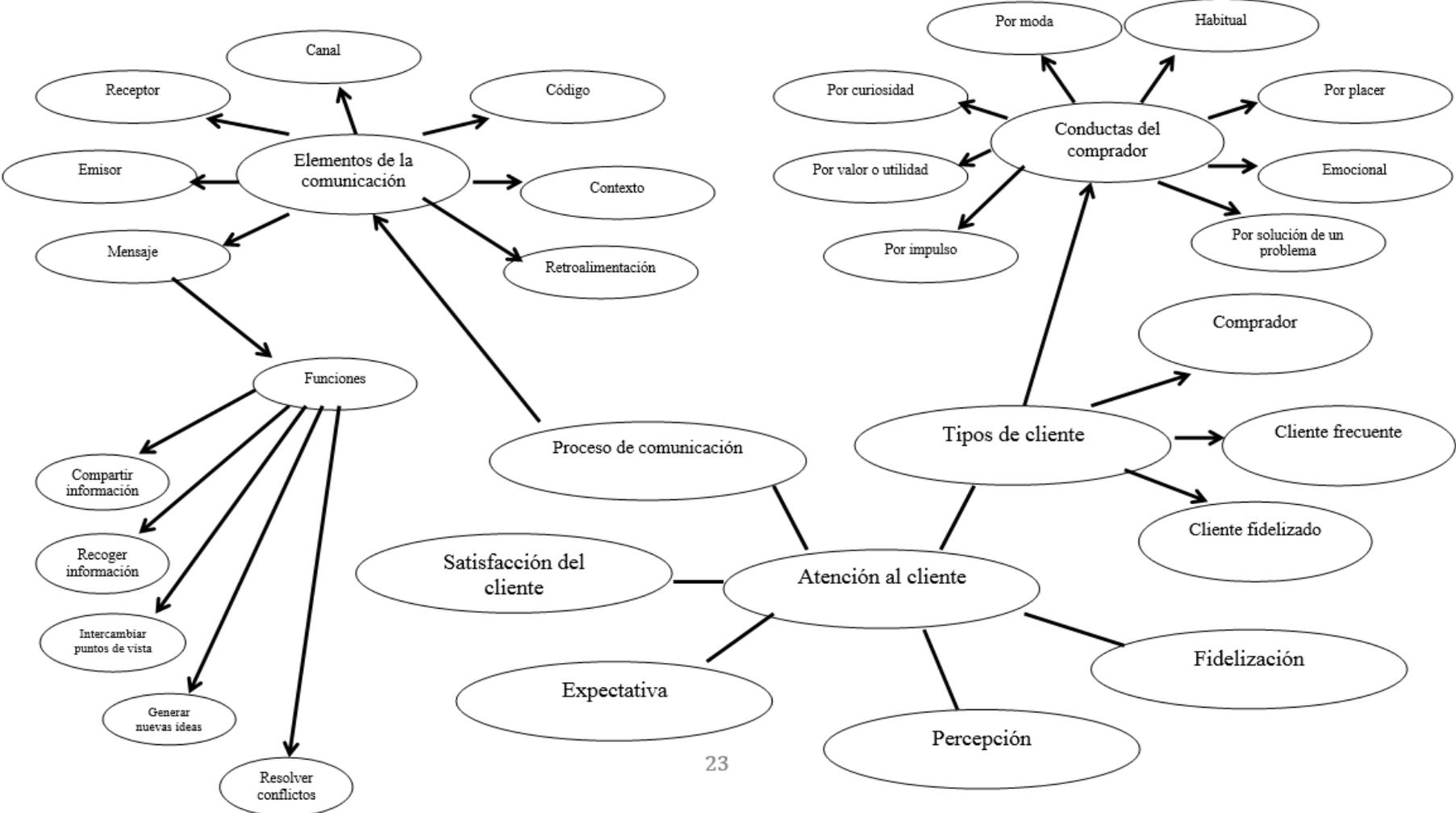


Gráfico No. 5: Constelación de ideas de la variable Dependiente
Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Fundamentación Teórica

Administración

“Administración, proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.” (Stephen P. Robbins, 2013)

“Administración, coordinación y supervisión de las actividades laborales de otras personas de tal manera que se realicen de forma eficiente y eficaz.”
(Stephen P. Robbins, 2013)

Gestión administrativa

“La gestión es aquella sección en una organización que se encarga de la recolección ordenada, procesamiento, almacenamiento y distribución de información a los tomadores de decisiones y los administradores dentro de la organización para que puedan ejecutar sus tareas.” (E. J. Ferreira, 2009)

“La gestión administrativa es la gestión de las necesidades de información de la organización para que la información oportuna, relevante y precisa se puede dar a los gerentes en todos los diferentes niveles, lo que les permite tomar decisiones significativas. “(Annatjie Erasmus, 2007)

Sistemas de control

“El sistema caracteriza un clima organizacional basado en varias dimensiones clave de la eficacia, incluyendo el liderazgo, la motivación, la comunicación, la interacción / influencia, toma de decisiones, establecimiento de objetivos, control y objetivos de rendimiento.” (Fred C. Lunenburg, 2012)

“Sistemas que pueden coordinar actividades, decisiones y conocimiento a través de muchas y diferentes funciones, niveles y unidades de negocio en una empresa. Incluyen sistemas empresariales, sistemas de administración de la cadena de abastecimiento, sistemas de administración de las relaciones con el cliente y sistemas de administración del conocimiento.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

Tipos de sistemas en las organizaciones

“Sistemas de procesamiento de transacciones (TPS)

Sistemas computarizados que efectúan y registran las transacciones diarias necesarias para dirigir el negocio, dan servicio al nivel operativo de la organización.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistemas de trabajo del conocimiento (KWS)

Sistemas de información que auxilian a los trabajadores del conocimiento en la creación e integración de conocimiento nuevo en la organización.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistema de apoyo a la toma de decisiones (DSS)

Sistemas de información al nivel administrativo de la organización, que combinan datos y modelos analíticos sofisticados o herramientas de análisis de datos para apoyar la toma de decisiones semiestructurada y no estructurada.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistemas de apoyo a ejecutivos (ESS)

Sistemas de información al nivel estratégico de la organización diseñados para abordar la toma de decisiones no estructurada mediante gráficos y comunicaciones avanzadas.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistemas de información de ventas y marketing

Sistemas de información que ayudan a la empresa a identificar los clientes para los productos o servicios de la empresa, desarrollar productos y servicios para

satisfacer las necesidades de los clientes, promover y vender estos productos y servicios, y dar apoyo continuo a clientes.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistemas de manufactura y producción

Sistemas que tratan de la planeación, desarrollo y elaboración de productos y servicios, y del control y flujo de la producción.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistemas de información de finanzas y contabilidad

Sistemas de información que dan seguimiento a los activos financieros de la empresa y flujos de fondos.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

“Sistemas de información de recursos humanos

Sistemas que llevan registros de los empleados; dan seguimiento a las habilidades, desempeño del trabajo, y apoyan a la planeación de la remuneración y desarrollo profesional de los empleados.” (Kenneth C. Laudon, 2004)

Indicadores

“Un indicador puede definirse como una medida utilizada para cuantificar la eficiencia y/o eficacia de una actividad o proceso. Un sistema de indicadores puede definirse como un conjunto de indicadores relacionados.” (Álvaro, 2001)

“La definición de un indicador no es una tarea mecánica. Requiere tener en cuenta el coste de recoger los datos necesarios para estimar el indicador y compararlo con los beneficios que se espera aporte su conocimiento.” (Álvaro, 2001)

“Los indicadores son representaciones simbólicas (por ejemplo, números, símbolos, gráficos, colores) diseñados para comunicar una tendencia, característica en un sistema complejo o entidad.” (Tomás Hák, 2009)

Clases de indicadores

“**Pre indicadores:** son aquellos que se identifican antes de que ocurran los hechos. Por ejemplo, año de lecciones, tendencias económicas, etc.” (Anabitarte, 2001)

“**Indicadores concurrentes:** son aquellos que se establecen también por adelantado, pero que evolucionan mientras transcurre la acción. Por ejemplo, cifra de ventas en unidad de tiempo, producción por día de trabajo, número de retrasos al mes, etc.” (Anabitarte, 2001)

“**Indicadores terminales:** sólo pueden realizarse después de terminados los hechos, por lo que tienen menos utilidad. Por ejemplo, fecha de terminación de un proyecto, índice de rotación de personal, número de ascensos, etc.” (Anabitarte, 2001)

- “La naturaleza del objetivo que mide: financiero, satisfacción del cliente, impacto social, de los procesos.
- El nivel jerárquico de quien lo utiliza para tomar decisiones: estratégico, táctico u operativo.
- Su situación dentro del conjunto de indicadores: efecto, causa.
- Su propósito: control, mejora.
- “Los datos que utiliza: histórico, previsión.” (Álvaro, 2001)

Tipos de indicadores

Indicadores financieros

“Rentabilidad: Margen neto, Margen bruto, Margen de operación, UPA (utilidad por acción), ROA (rendimiento sobre activos), ROE (rendimiento sobre capital).

Costo de capital: WACC (costo promedio ponderado de capital), CAPM (rendimiento esperado de los accionistas), BETA (medida de riesgo), Beta apalancada y no apalancada.

Creación de valor: ION (inversión operativa neta), RION (rentabilidad sobre la inversión operativa neta), Relación RION/ROE, GEO (generación económicamente operativa), EVA (valor económico agregado).

Actividad: Rotación de inventarios, Rotación de activos, Periodo promedio de cobranza, Periodo promedio de pago, CCE (ciclo de conversión de efectivo).

Liquidez: Circulante, Prueba del ácido, Capital neto del trabajo.

Deuda: Razón de deuda, Capacidad de pago de intereses, MAF (múltiplo de apalancamiento financiero)

Punto de equilibrio: En unidades, en términos monetarios, de efectivo.

Apalancamiento: A apalancamiento operativo, apalancamiento financiero, apalancamiento total.

Crecimiento en ventas: TIC (tasa interna de crecimiento), TCS (tasa de crecimiento sostenible).

Mercado: P/U (precio/utilidad), Valor de mercado/Valor en libros.

Flujos: FNE (flujo neto de efectivo), FOE (flujo operativo de efectivo), FCF (flujo libre de efectivo).

Aceptar o rechazar un proyecto: VPN (valor presente neto), TIR (tasa interna de retorno), CAE (costo anual equivalente), la regla del 72.” (Ramirez, 2006)

Indicadores servicio al cliente

“Los indicadores deben de estar recogidos en un manual de calidad de la compañía para que el conjunto de indicadores, junto con el establecimiento de los objetivos, permita el análisis y el seguimiento de los mismo por parte de la empresa.

Índice del servicio por cliente/usuario, índice de satisfacción, índice de rechazo, quejas o reclamaciones, Tipos de reclamaciones y quejas, Plazo medio de resolución de incidencias, quejas y reclamaciones; Porcentaje de pedidos de entrega o prestación del servicio.

Porcentaje de devoluciones de clientes por daños, errores y entregas fuera de plazo; número de clientes y usuarios atendidos por puesto/empleo por periodo de tiempo, cargas de trabajo por servicio/prestaciones o proceso de atención. “
(Villa, 2014)

Indicadores gestión de recursos humanos

“Absentismo, efectividad de los costes laborales, índice de estabilidad en el empleo, coste de accidentes, número de accidentes por empleado, formación realizada, coeficiente de horas extra.

Rotación de personal, número de sugerencias de empleados con éxito, número de reducción de defectos por empleado, tasa de retención de los empleados clave,

efecto de los nuevos procesos de incentivos para trabajadores de bajo rendimiento.”

(González, Cómo implantar y evaluar un sistema de control de gestión, 2013)

Indicadores de producción, compras y logística.

“Producción real y producción prevista, plazos de entrega de proveedores, unidades producidas por unidad de tiempo/empleo, fabricación no productiva, defectos de fábrica, producción pérdida.

Consumo de materiales, horas máquina utilizadas, horas hombre utilizadas, tiempo de parada, pedidos retrasados, eficacia del mantenimiento preventivo, costes de almacenaje/distribución por ventas, número de piezas fabricadas por hora.” (González, Cómo implantar y evaluar un sistema de control de gestión, 2013)

Indicadores gestión comerciales

“Valor medio del pedido, promedio pedidos día, promedio venta día, pedidos por cliente, ventas medias por cliente, expansión clientes, regresión clientela, cartera de pedidos, expansión ventas, devolución del género, morosos, eficiencia comercial.” (Castells, 2015)

Indicadores administrativos

“Costes administrativos en relación con la facturación total, costes administrativos por empleado, coste de los errores administrativos, tiempos empleados en operaciones administrativas.” (Eduardo Andreu Alabarta, 2011)

Indicadores operacionales

“Tiempos de los procesos productivos, entregas en plazo, tiempo transcurrido hasta la atención del cliente, colas en cajas, tiempo transcurrido desde el pedido a

su entrega, errores en proveedores, plazos de entrega de proveedores, rotación de stock, stocks medios.” (Eduardo Andreu Alabarta, 2011)

Objetivos

“Son los resultados específicos o estados finales deseados que queremos alcanzar.” (Valencia, 2010)

“Es un resultado que se debe alcanzar para que una organización cumpla con sus metas. Son una condición futura deseada y planeada por la dirección general hacia la cual se orientan los esfuerzos.

Los objetivos proporcionan dirección a los esfuerzos que realiza una empresa. Se formulan para el organismo social, pero también para cada uno de los departamentos, es decir, de las personas que contribuyen al logro.” (Valencia, 2010)

Tipos de objetivos organizacionales

“**Económicos:** se refiere a los propósitos económicos de una empresa, sus acreedores y del o los propietarios. Ejemplos: logro de ganancias, logro de eficacia y eficiencia.

De servicio: se refiere a los propósitos de las necesidades de los clientes. Ejemplos: calidad de los bienes o servicios, atención al cliente, inversión y desarrollo, diversificación.”

Sociales: se refiere a los propósitos de proteger los intereses económicos, personales y sociales de los empleados, gobierno y la sociedad. Ejemplo: bienestar del personal, ética y responsabilidad social, pago de impuestos, relaciones públicas, preservación del medio ambiente.” (Valencia, 2010)

Variable dependiente:

Marketing

“El marketing es la gestión de relaciones rentables con los clientes. El objetivo del marketing es crear valor para los clientes y captar su valor para atraerlo.” (Armstrong, 2011)

“Marketing es el proceso de planificación y ejecución de la concepción, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales.” (Michael Baker, 2008)

Gestión Comercial

“Gestión comercial es el proceso de control o administración de las transacciones financieras de una organización con el objetivo principal de obtener un beneficio.” (David Lowe, 2006)

“Definimos esta actividad como la estrategia y la acción que emprende una organización, con el fin de colocar sus productos o servicios en el mercado, procurando una ventaja competitiva sostenibles.” (Bonilla, 2002)

Atención al cliente

“La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que percibe.” (Torres, 2007)

“Servicio al cliente es una serie de actividades diseñadas para mejorar el nivel de satisfacción del cliente, es decir, la sensación de que un producto o servicio ha cumplido con la expectativa de cliente.” (Alex Klarman, 2010)

Expectativa

“Expectativa es aquella que una persona cree que puede o debe ocurrir y está condicionada por las referencias externas o experiencias anteriores.” (Couso, 2007)

Percepción

“La percepción es el proceso mental por el que se selecciona, organiza e interpreta la información a fin de darle significado. Es la visión de la realidad que una persona tiene y variara en función a sus circunstancias” (Couso, 2007)

Fidelización

“Entenderemos por fidelización al mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, obteniendo de ellos una alta participación en nuestras ventas.”
(González, 2013)

Proceso de comunicación

“Cuando la empresa se comunica con sus clientes, generalmente a través de la palabra hablada, no solo transmite la información concreta relativa a las situación y producto específico, sino además todos los valores y creencias que constituyen la cultura de la empresa.” (Couso, 2007)

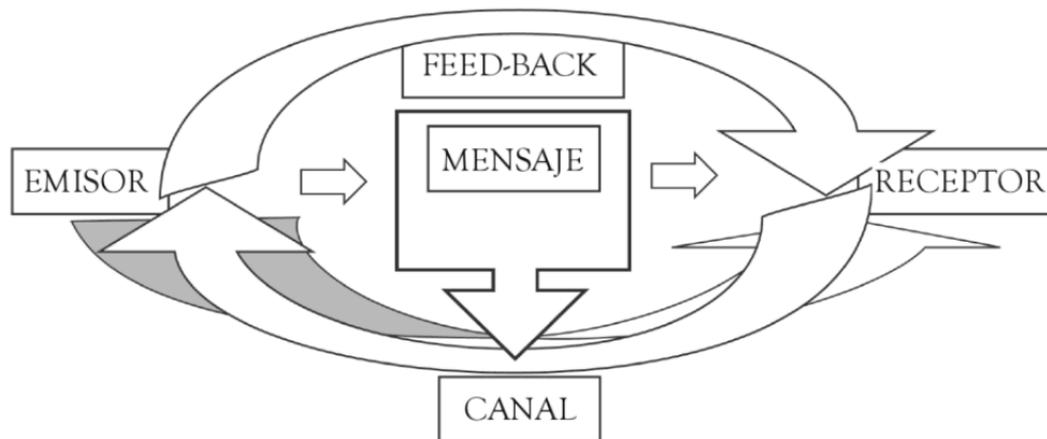


Gráfico No. 6: FEED-BACK
Fuente: (Couso, 2007)

Elementos de la comunicación

“Mensaje (QUÉ): conjunto de contenidos que se transmiten.

Emisor (QUIÉN): persona fuente que transmite el mensaje.

Receptor (PARA QUIÉN): persona/s que recibe/n el mensaje.

Canal (CON QUÉ): vía por la que circula el mensaje.”

Código (CÓMO): conjunto de signos, señales, reglas que se emplean en la transmisión.

Contexto (DÓNDE): situación en la que se da el acto de comunicar.

Retroalimentación: respuesta.” (Guillén, 2003)

Funciones del mensaje

“Compartir información: debemos aprender a compartir, hacer que la información fluya y esté disponible para toda la organización.

Recoger la información: el mensaje puede transmitirse para completar una información o detectar el grado de información que el receptor posee.

Intercambiar puntos de vista: cuando manifestamos una opinión sobre un aspecto, buscamos la conformidad o comentarios acerca de un tema concreto.

Generar nuevas ideas: Los miembros de la organización y particularmente las personas en contacto con los clientes, deben tener siempre orejas y antenas bien orientadas hacia ellos para utilizar esta fuente de información tan valiosa.

Resolver conflictos: Una función importante del mensaje puede ser suavizar, aminorar, esclarecer, todo aquello que permita reconducir una situación difícil.” (Couso, 2007)

Tipos de cliente

Compradores constituyen la relación débil.

“Un comprador acostumbra a adquirir uno o dos de los servicios, pero aún no tiene el hábito de utilizarlos de forma regular, no recurren a la organización en busca de servicios adicionales ni sienten que exista una relación especial con los proveedores o la organización en sí misma.

Clientes frecuentes, relación normal constituyen el tipo normal de relación.

“Los clientes utilizan el servicio ofrecido y se sienten cómodos al regresar por ayuda. Los clientes ya han formado el hábito de utilizar dichos servicios. En caso de que la organización incurra en un error, estos se mostrarán dispuestos a darles otra oportunidad si el mismo es resuelto de forma correcta” (Torres, 2007)

Clientes fidelizados constituyen el nivel más alto en la relación de negocios.

“No sólo acuden a la organización para recibir un servicio o comprar un producto, sino que se sienten identificados con la empresa, hablan con sus amigos y familiares sobre la empresa y les agrada recomendar nuevos clientes.” (Torres, 2007)

Conductas del comprador

“Comprado por impulso: su compra es totalmente imprevisible, no implica búsqueda previa, ni deliberación, ni selección sistemática.

Comprado por valor o utilidad: es muy racional a la hora de comprar y buscan la mejor relación calidad/precio, no se deja influenciar por la imagen o la moda.

Comprador por curiosidad: compra por un estado de insatisfacción o de aburrimiento respecto a la situación existente y motivada por una necesidad de cambio.

Comprador de moda: el motivo es la innovación, necesita introducir cambios en su estilo de vida, está más interesado por la imagen que por la calidad y utilidad del producto.

Comprador habitual: realiza una compra rutinaria o mecánica y su repetición se produce en ciclos de tiempo muy cortos. Son básicamente, los clientes fieles al establecimiento o leales al producto.

Comprador por placer: disfruta con el acto de la compra, valora más el placer que reporta la compra en sí que la necesidad o la utilización del producto adquirido.”

Comprador emocional: tiene necesidad de comprar, pero está desorientado ante las alternativas de elección, se orienta hacia la imagen o la moda y la compra termina siendo impulsiva y confusa.

Comprador por solución de un problema: toma decisiones deliberantes y calculadas. Si la inversión es importante las acciones de compra incluyen solicitar información o consejo de otras personas.” (Serrano, 2011)

Satisfacción del cliente

“La satisfacción se define como el grado que experimenta el cliente después de haber consumido un determinado producto o servicio.

La satisfacción se define como el proceso que experimenta el cliente por el cual percibe evalúa una supuesta experiencia.

Es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que ha probado nuestro producto.”
(Vavra, 2003)

“Es función del desempeño percibido y de las expectativas. Si el desempeño se queda corto ante las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si el desempeño excede a las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.” (Kotler, 2002)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La investigación se realizó bajo el criterio del método enfoque cualitativo, considerando que los sistemas de control y la atención al cliente se encuentran dentro del estudio de las ciencias administrativas, y estas forman parte del aspecto social, sin embargo, para generar un resultado más real dentro del contexto de las dos variables en una etapa posterior y mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, se convierte en un método de enfoque cuantitativo.

Modalidad de investigación

Investigación de campo

Se aplicó esta modalidad de investigación, la cual permitió obtener información de primera mano, aplicando el concepto de fuentes primarias, mediante la observación, entrevistas y encuestas; en los niveles organizacionales, y por lo tanto a las involucradas en el presente estudio.

Bibliográfico – Documental

Se reafirmaron y desarrollaron criterios, conceptos aplicados a esta temática por medio de fuentes literarias, documentos, publicaciones, sitios web entre otros. Lo que indujo a la obtención y clarificación de teorías y prácticas aplicables a las necesidades de este estudio.

Niveles o tipos

Exploratorio

Con esta investigación se buscó establecer las acciones o causas que están relacionadas en el proceso de atención al cliente, venta y facturación.

Descriptivo

Dentro del presente estudio también se realizó una investigación descriptiva, puesto que a través de las encuestas aplicadas se obtuvo información relevante sobre el cliente interno y externo, y su impacto en el servicio al cliente.

Población

Se considera una población basada en el promedio de clientes atendidos en una semana, los cuales se determinaron a través de un análisis de la tendencia observada en los datos mensuales de ventas; siendo 18.017 los clientes q fueron atendidos en el mes de mayo del 2016, por lo tanto, el promedio semanal es de 4.505, dato que se consideró como la población en el presente estudio de investigación para el levantamiento de información a través de encuestas.

Tabla No. 1: Población

Clientes	Cantidad
Internos	9
Externos	4.505
Total	4.514

Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Investigación de campo

Muestra

Para el cálculo de la muestra se han tomado en consideración a los clientes externos.

Donde:

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

N= Población o universo

e= Error maestral

Tabla No. 2: Muestra

Z=	1,96
P=	0,5
Q=	0,5
N=	4505
e=	0,05

Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Investigación de campo

$$n = \frac{Z_2 * P * Q * N}{Z_2 * P * Q + Ne_2}$$

$$n = 354$$

La muestra a usarse en el estudio será de 354 clientes.

Operación de variables

Variable Independiente: Sistemas de control

Tabla No. 3: Operacionalización de la Variable Sistemas de control

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Los sistemas de control, aportan a la administración y su proceso, dan soporte al control interno, mediante la aplicación de la gestión operacional y comercial, estos sistemas organizacionales computarizados permiten el uso oportuno de la información para mejorar los procesos.	Control interno	Galones facturados electrónicamente/galones en contadores mecánicos	¿Cuál es la diferencia existente en el cruce de información de la facturación con comprobantes electrónicos y los contadores mecánicos de medición?	Entrevista/Cuestionario
	Gestión operacional	Tiempo transcurrido en la atención a un cliente vs tiempo recomendado	¿Cuál es el tiempo promedio que el despachador tarda en atenderle?	Encuesta/Cuestionario
	Gestión comercial	Número de clientes atendidos vs Número de quejas o reclamos	¿Cuál es el proceso de solución de quejas o reclamos?	Entrevista/Cuestionario
	Sistemas organizacionales computarizados	Nº clientes atendidos/Nº de comprobantes electrónicos generados correctamente	¿En el momento previo a despacharle combustible, le han solicitado los datos para su factura?	Encuesta/Cuestionario

Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Investigación de campo

Variable Dependiente: Atención al cliente

Tabla No. 4: Operacionalización de la Variable Atención al cliente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
El cliente es el eje sobre el cual la empresa direcciona sus recursos con el objetivo de mejorar continuamente y fidelizar el mismo, siendo factores determinantes los procesos de comunicación tanto interna y externa.	Cliente	Necesidades del cliente vs comportamiento	¿Cuáles son los servicios que busca en una estación de servicios para comprar combustible?	Encuesta/Cuestionario
	Proceso de comunicación	Número de quejas o reclamos recibidos/número de quejas o reclamos solucionados	¿Cuáles son las quejas o reclamos frecuentes encontrados en el proceso de atención al cliente?	Entrevista/Cuestionario
	Fidelización	Cientes/clientes frecuentes	¿Cuáles son las tácticas de fidelización de clientes?	Entrevista/Cuestionario

Elaborado por: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Investigación de campo

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La encuesta fue diseñada con la finalidad de obtener datos, información relacionada con la atención al cliente y aspectos que involucran a la estación de servicios “El Terminal” con el criterio del cliente externo.

Análisis e interpretación de datos clientes externos

PREGUNTA 1

¿En el momento previo a despacharle combustible, le han solicitado los datos para su factura? SOLO UNA SELECCION

Tabla No. 5: Datos de Facturación

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Siempre	11	3,11%
Casi siempre	26	7,34%
Algunas veces	59	16,67%
Muy pocas	189	53,39%
Nunca	69	19,49%
Total	354	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

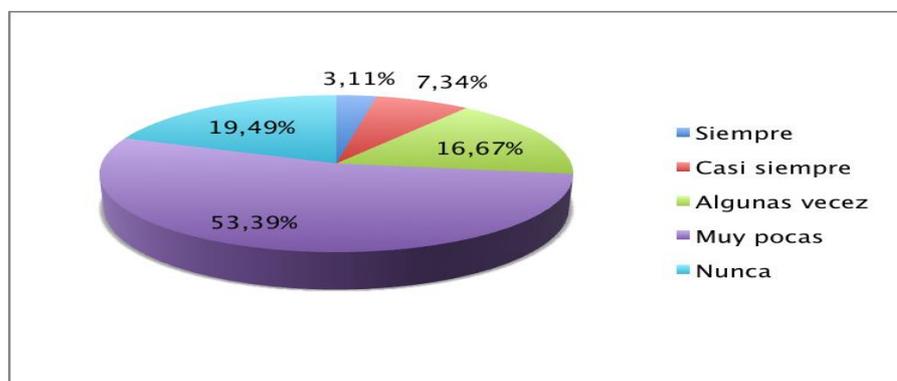


Gráfico No. 7: Datos de Facturación

Fuente: Tabla No. 5

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

Del total de clientes encuestados el 53,39% dijo que muy pocas veces se le pregunto los datos para su factura, mientras que el 19,49% dice que nunca le preguntaron por sus datos, el 16,67% dijo que muy pocas veces, casi siempre obtuvo un 7,34% seguido al final por el 3,11% que siempre le preguntaron por sus datos.

Las opciones más elegidas fueron: algunas veces, muy pocas y nunca. Lo cual nos muestra que no se está cumpliendo con la obtención de datos de los clientes para las facturas.

PREGUNTA 2

¿Tipo de vehículo que conduce? SOLO UNA SELECCIÓN

Tabla No. 6: Tipo de Vehículo

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Moto, cuadrón, motoneta	11	3,11%
Vehículo liviano	175	49,44%
Vehículo mediano	92	25,99%
Vehículo pesado	76	21,47%
Total	354	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

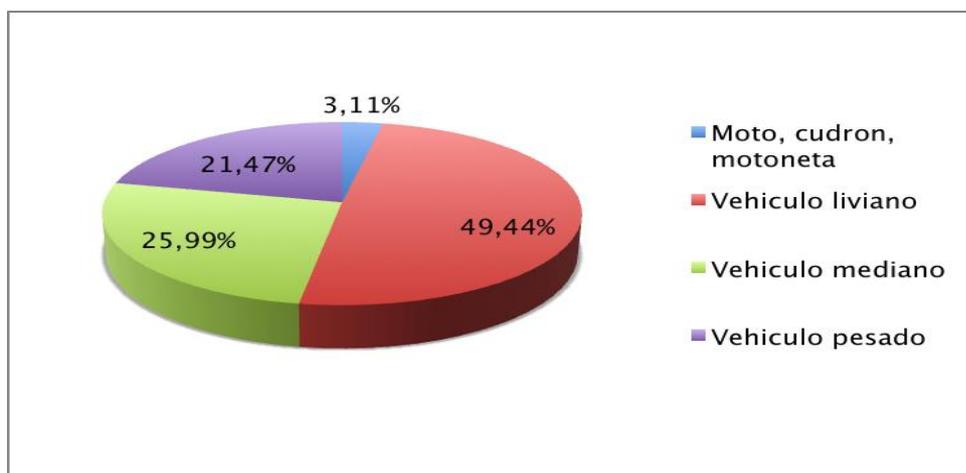


Gráfico No. 8: Tipo de vehículo

Fuente: Tabla No. 6

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

Los vehículos que más recurren a la estación de servicios son los vehículos livianos con un 49,44%, a lo cual le siguen los vehículos medianos con el 25,99%, los vehículos pesados recurren en un 21,47%, y el 3,11% que son los clientes de moto, cuadrón, motoneta.

Claramente se observa que las tres clasificaciones de vehículos livianos, medianos y pesados son los más representativos para la estación de servicios.

PREGUNTA 2.1

¿Cuál es el tiempo promedio que el despachador tarda en atenderle? SOLO UNA SELECCIÓN

Tabla No. 7: Tiempo promedio de atención moto, cuadrón, motoneta

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
2 a 4 minutos	8	72,73%
5 a 7 minutos	3	27,27%
8 a 10 minutos	0	0,00%
Total	11	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

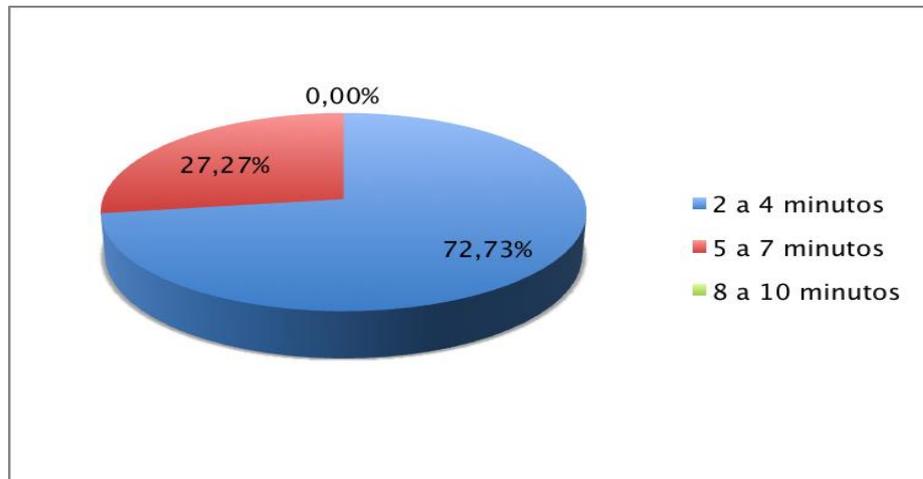


Gráfico No. 9: Tiempo promedio de atención moto, cuadrón, motoneta

Fuente: Tabla No. 7

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

El tiempo promedio de atención a moto, cuadrón y motoneta, más alto es el de 2 a 4 minutos con el 72,73%, seguido del 27,27% en la opción de 5 a 7 minutos.

Se aprecia que el tiempo promedio de atención al cliente más frecuente es la primera opción con un amplio margen.

Tabla No. 8: Tiempo promedio de atención vehículo liviano

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
2 a 4 minutos	25	14,29%
5 a 7 minutos	127	72,57%
8 a 10 minutos	23	13,14%
Total	175	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

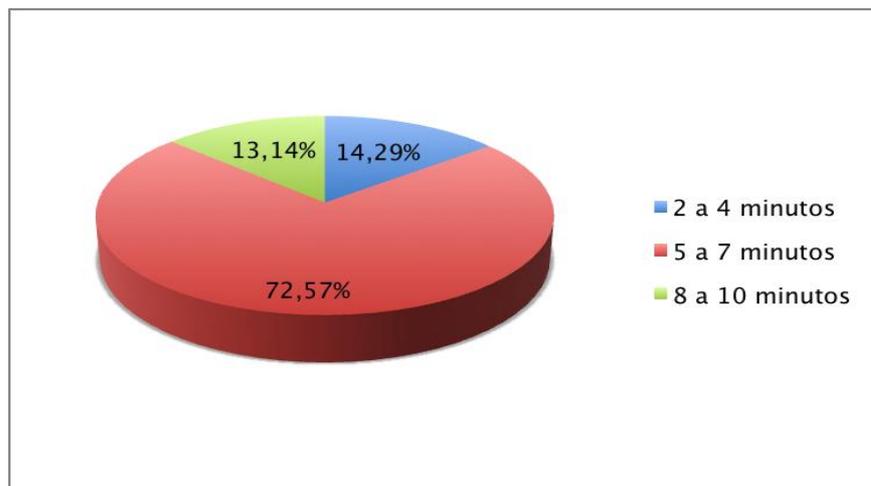


Gráfico No. 10: Tiempo promedio de atención vehículo liviano

Fuente: Tabla No. 8

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

5 a 7 minutos de atención promedio a vehículos medianos obtuvo un 72,57%, en segundo lugar, de 2 a 4 minutos fue elegido un 14,29% y finalmente 13,14% de vehículos medianos atendidos en un tiempo promedio de 8 a 10 minutos.

El tiempo promedio de atención al cliente que más se presenta en este tipo de vehículos es de 5 a 7 minutos.

Tabla No. 9: Tiempo promedio de atención vehículo mediano

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
2 a 4 minutos	5	5,43%
5 a 7 minutos	35	38,04%
8 a 10 minutos	52	56,52%
Total	92	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

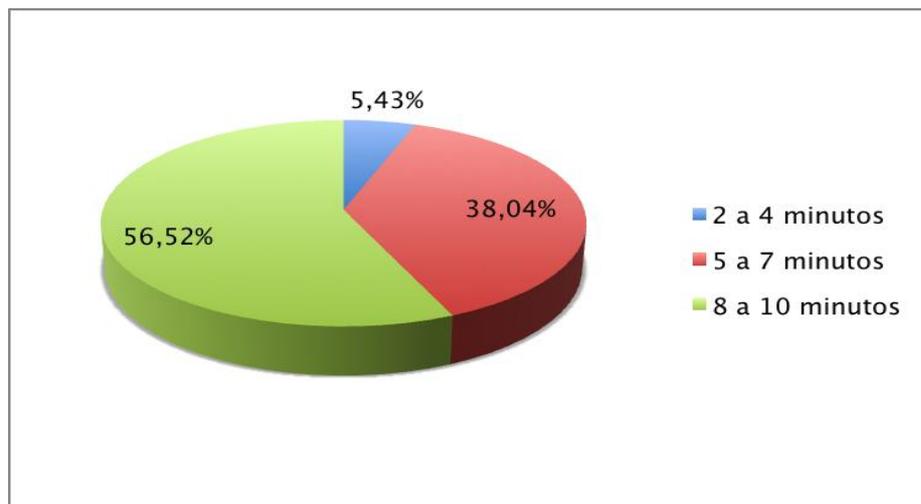


Gráfico No. 11: Tiempo promedio de atención vehículo mediano

Fuente: Tabla No. 9

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

En los vehículos medianos el tiempo de atención promedio más elegido fue el de 8 a 10 minutos con el 56,52%, mientras que el 38,04% corresponde a la opción de 5 a 7 minutos, y la menos elegida fue de 2 a 4 minutos con tan solo un 5,43%.

Los dos valores a considerar como importantes para el estudio serán las dos últimas opciones que corresponden, 5 a 7 minutos y 8 a 10 minutos.

Tabla No. 10: Tiempo promedio de atención vehículo pesado

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
2 a 4 minutos	0	0,00%
5 a 7 minutos	15	19,74%
8 a 10 minutos	61	80,26%
Total	76	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

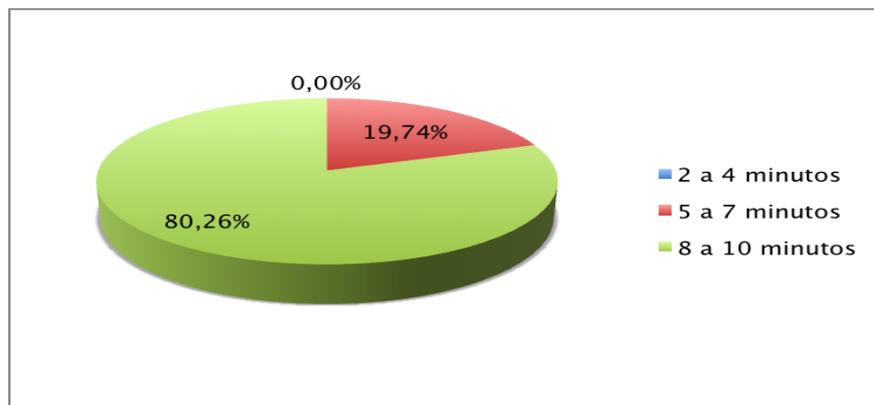


Gráfico No. 12: Tiempo promedio de atención vehículo pesado

Fuente: Tabla No. 10

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

El tiempo promedio de atención al cliente en los vehículos pesados más elegido es el de 8 a 10 minutos que representa el 80,26%, que junto con el 19,74% de la opción 5 a 7 minutos representan el total de clientes de vehículos pesados.

Podemos apreciar que la opción que cuenta con una clara ventaja es la opción de 8 a 10 minutos de tiempo promedio en la atención a clientes de vehículos pesados.

PREGUNTA 3

¿Cuáles son los servicios que busca en una estación de servicios para comprar combustible? SELECCIONE DOS OPCIONES RELEVANTES

Tabla No. 11: Servicios relevantes

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Servicios complementarios (baños, aire/agua)	388	54,80%
Formas de pago	112	15,82%
Atención 24 horas	96	13,56%
Lubricantes y aditivos	26	3,67%
Mini market	35	4,94%
Garaje	51	7,20%
Total	708	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

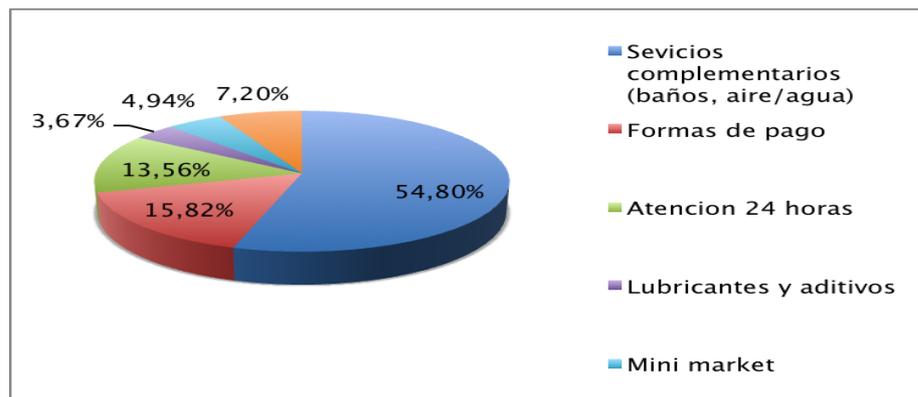


Gráfico No. 13: Servicios relevante

Fuente: Tabla No. 11

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

De los servicios que el cliente busca el más elegido fue servicios complementarios (baños, aire/agua) con 54,80%, las formas de pago ocupan un segundo lugar con el 15,82%, el 13,56% eligió la atención 24 horas, solo el 7,20% eligió el garaje mientras que el mini market, los lubricantes y aditivos fueron los últimos en las elecciones del cliente con tan solo 4,94% y 3,67% respectivamente.

Los servicios complementarios y las formas de pago son los servicios más atractivos para los clientes en la estación de servicio.

PREGUNTA 4

De acuerdo a la atención recibida de los despachadores en la estación de servicios El Terminal, indique en que aspectos fallan. SELECCIONES DOS OPCIONES RELEVANTES.

Tabla No. 12: Fallas en la atención

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Honradez	45	6,36%
Lentitud	129	18,22%
Falta de educación	162	22,88%
Amabilidad	372	52,54%
Total	708	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

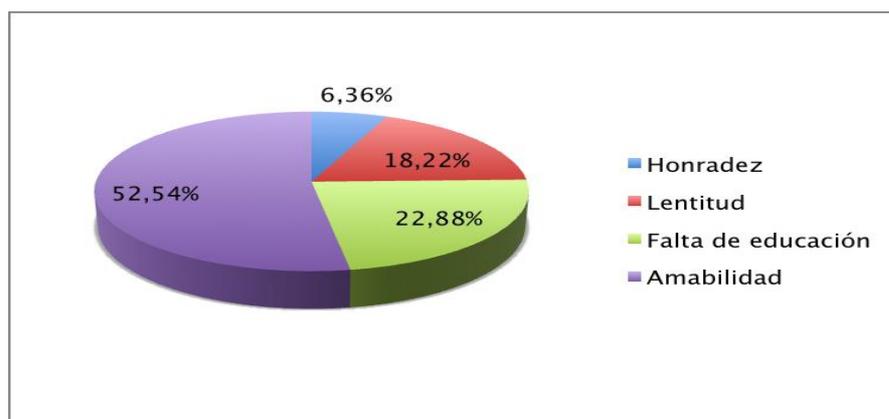


Gráfico No. 14: Fallas en la atención

Fuente: Tabla No. 12

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

Los clientes eligieron la amabilidad en un 52,54% como la principal falencia en la estación de servicios, la falta de educación obtuvo 22,88%, el tercer lugar le pertenece a la lentitud con un 18,22%, mientras que la honradez fue la menos elegida con un 6,36%. Las opciones amabilidad y falta de educación son las falencias más marcadas que percibe el cliente en la estación de servicios.

PREGUNTA 5

¿Al presentar sus quejas o reclamos han sido resueltos? SOLO UNA SELECCION

Tabla No. 13: Quejas y reclamos resueltos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
No he tenido quejas o reclamos	328	92,66%
Siempre	4	1,13%
Algunas veces	14	3,95%
Nunca	8	2,26%
Total	354	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

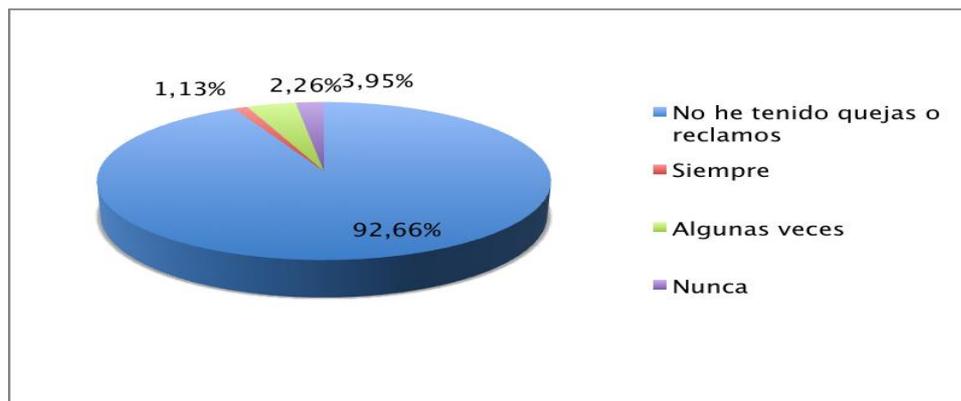


Gráfico No. 15: Quejas y reclamos resueltos

Fuente: Tabla No. 13

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

El 92,66% de los clientes no ha tenido quejas o reclamos, mientras los que tuvieron quejas o reclamos al 3,95% se le han resultado las quejas o reclamos algunas veces, al 2,26% nunca se resolvieron y al 1,13% siempre se le resolvieron sus quejas o reclamos.

La mayoría de clientes no tuvo quejas o reclamos en la estación de servicios, pero queda un margen considerable restante para tomar en cuenta.

PREGUNTA 6

¿Qué aspecto intervino en usted para preferir la estación de servicios El Terminal?

SOLO DOS SELECCIONES

Tabla No. 14: Aspectos de preferencia

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Calidad del producto	314	44,35%
Calidad del servicio	49	6,92%
Confianza	46	6,50%
Seguridad	72	10,17%
Ubicación	182	25,71%
Horario de atención	45	6,36%
TOTAL	708	100,00%

Fuente: Encuesta

Autor: Julio César Terán Enríquez

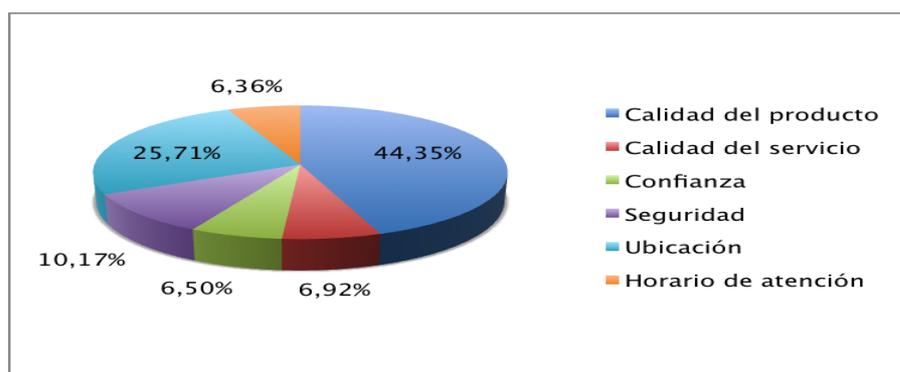


Gráfico No. 16: Aspectos y reclamos resueltos

Fuente: Tabla No. 14

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

La calidad del producto fue la característica más elegida por los clientes con un 44,35%, la siguiente más importante es la ubicación con el 25,71%, seguridad ocupa un tercer lugar con el 10,17%, mientras que las que ocupan los últimos lugares son calidad del servicio 6,92%, confianza 6,50% y horario de atención con el 6,36%.

La calidad del producto y la ubicación son los factores más elegidos por el cliente al preferir la estación de servicios El Terminal.

Análisis e interpretación de datos clientes internos

PREGUNTA 1

¿Señale su nivel formación educativa?

Tabla No. 15: Nivel formación educativa

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Primaria	6	60,00%
Secundaria	4	40,00%
Superior	0	0,00%
Total	10	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

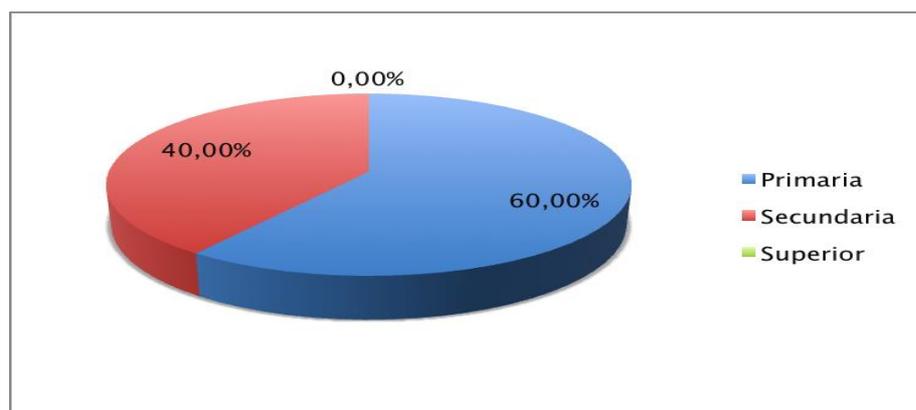


Gráfico No. 17: Nivel formación educativa

Fuente: Tabla No. 15

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

Claramente la opción con el mayor porcentaje fue nivel de formación primaria con el 60%, seguida de secundaria con el 40% y la opción superior no obtuvo puntaje alguno.

El nivel de formación con el que cuentan la mayoría de los despachadores es principalmente de educación primaria.

PREGUNTA 2

¿Se siente motivado en su lugar de trabajo?

Tabla No. 16: Nivel de motivación

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	4	40,00%
No	6	60,00%
Total	10	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

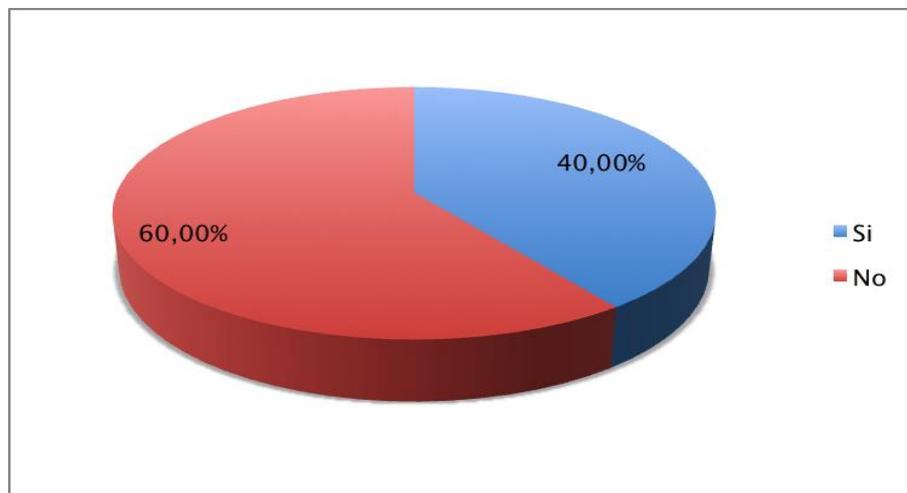


Gráfico No. 18: Nivel de motivación

Fuente: Tabla No. 16

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

Las personas que contestaron no estar motivadas fueron el 60%, y las que si se sienten motivadas representan el 40%.

La mayoría del personal eligió la opción no estar motivado en el lugar de trabajo.

PREGUNTA 3

¿Elija dos de las opciones siguientes que considere que le afecta para brindar un buen servicio al cliente?

Tabla No. 17: Factores en el servicio

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Clima laboral	4	20,00%
Horario de trabajo	4	20,00%
Equipamiento e instalaciones de la estación de servicios	2	10,00%
Inconformidad con el sueldo	6	30,00%
Clientes difíciles de manejar	2	10,00%
Falta de capacitación	2	10,00%
Total	20	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

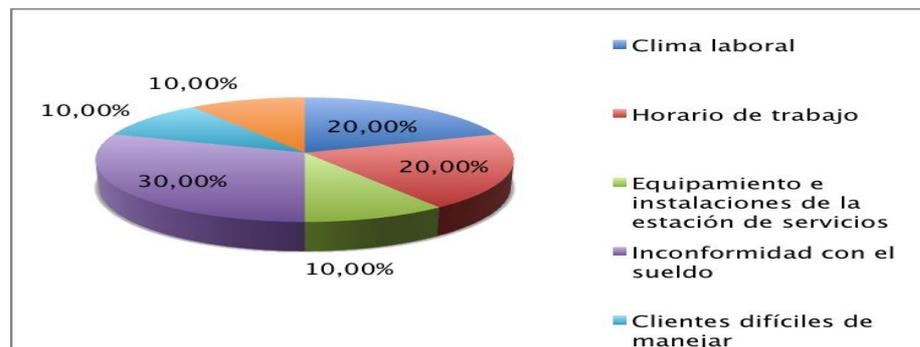


Gráfico No. 19: Factores en el servicio

Fuente: Tabla No. 17

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

El principal factor elegido fue la inconformidad con el sueldo con un 30%, a este le siguen clima laboral y horario de trabajo con un 20% cada uno respectivamente, con un 10% cada una de ellas se encuentran las opciones equipamiento e instalaciones de la estación de servicios, clientes difíciles de manejar, falta de capacitación.

Las opciones a tomar en cuenta respecto a su impacto dentro de la empresa serán la inconformidad con el sueldo, el clima laboral y el horario de trabajo.

PREGUNTA 4

¿Cómo es su actitud generalmente con los clientes? Solo una opción

Tabla No. 18: Actitud con los clientes

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Simpático y educado	4	40,00%
Desinteresado y apático	1	10,00%
Servicial	2	20,00%
Desganado	3	30,00%
Total	10	100,00%

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

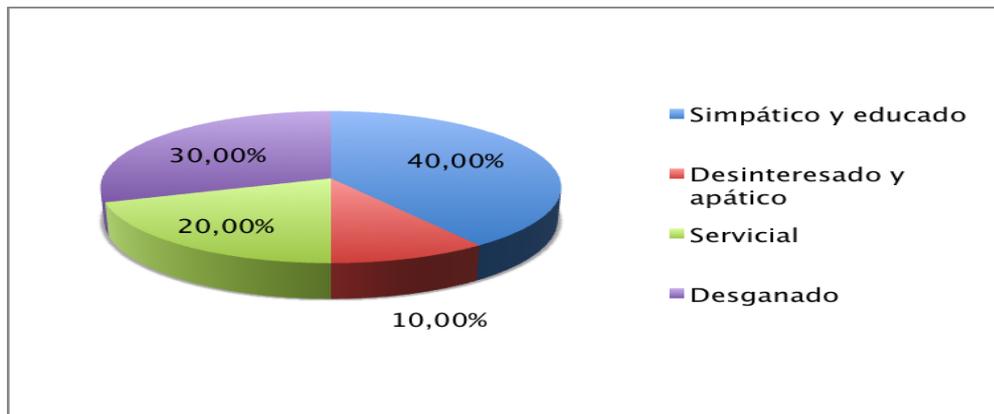


Gráfico No. 20: Actitud con los clientes

Fuente: Tabla No. 17

Autor: Julio César Terán Enríquez

Interpretación y Análisis

La actitud con los clientes es percibida en un 40% simpático y educado, desganado un 30%, servicial obtuvo el 20% y la más baja fue desinteresado y apático con el 10%.

Tendremos que analizar detenidamente los datos ya que las opciones más elegidas fueron simpático y educado, y desganado.

Bitácora de la entrevista

La entrevista tuvo lugar en las oficinas de la estación de servicios “El Terminal” de la ciudad de Latacunga ubicada en: Av. Marco Aurelio Subía y César Dávila, se realizó el día jueves 9 de junio del 2016, el entrevistado fue el administrador del establecimiento. La información recolectada se desarrolló en base a las siguientes preguntas:

¿Desde el punto de vista administrativo, cuales son las acciones que toma en cuenta con respecto a la calidad del servicio que brinda a sus clientes?

Entre las diferentes actividades que realizamos para mejorar la calidad del servicio a los clientes es el programar el cuidado y mantenimiento de las instalaciones y maquinaria involucrada directamente en el despacho del producto y así como consecuencia de esto brindar un mejor servicio al cliente.

Así como también el mantenimiento y funcionamiento adecuado de los servicios complementarios y de pago con tarjetas.

¿Cuenta con capacitación continua en base a la atención al cliente?

Se capacita a los despachadores en temas relacionados al control de incendios y manejo de residuos peligrosos, esto lo realizamos de manera anual, pero no se cuenta con capacitaciones enfocadas en la atención al cliente

¿Qué tácticas aplica para conservar al cliente frecuente y atraer a nuevos?

Lo que nuestro cliente frecuente percibe es la calidad y cantidad exacta del producto lo cual crea esta recurrencia, por lo que esta es nuestra prioridad al comercializar un producto de alta rotación que la calidad y la cantidad sean las exactas, y bueno, para atraer clientes nuevos no tenemos campañas publicitarias o parecidos sino más bien en atraer clientes con los servicios que prestamos que nos diferencian de nuestra competencia.

De acuerdo a su experticia, ¿Cuál es el tiempo promedio en el cual se atiende a un cliente?

De acuerdo a lo que vemos en el día a día diaria que aproximadamente 5 minutos en ese tiempo de atención a un vehículo, claro que existen variaciones en este tiempo especialmente cuando son vehículos pesados por la cantidad de combustible que cargan, como también el tanque y tapa de este tipo de vehículos que requiere más atención al ser manipulado.

¿Qué mecanismo de control utiliza para el manejo de ventas y facturación?

Los mecanismos de control que se usan están ligados a las ventas registradas por la cantidad de galones vendidos en cada una de las maquinas, los cuales son dispositivos contadores mecánicos que marcan los galones vendidos, es decir a una lectura inicial se le resta la lectura final y con esa diferencia obtenida sabremos los galones vendidos. La facturación es realizada de manera manual por el despachador al momento de atender al cliente, en este caso no se tiene un mecanismo de control ya que es complicado el facturar a cada uno de los clientes de manera manual por las mismas circunstancias que involucran el despacho de combustible como la urgencia del cliente por ser atendido, la cantidad misma de vehículos por facturar, entre otros.

¿Cuáles son las quejas o problemas más frecuentes en el proceso de atención al cliente?

Ocasionalmente son quejas relacionadas a la facturación y en otras el servicio al cliente brindado por los despachadores, pero son también situaciones del oficio al tratar con una cantidad considerable de clientes diariamente.

¿Cómo da solución a estas quejas o problemas y en qué tiempo?

Las soluciones se las realiza por medio de secretaria al ser comunicadas, podríamos decir que de manera oportuna ese momento, y pues las relacionadas al servicio al cliente son siempre tomadas en cuenta para mejorar.

¿Cree que la tecnología es un factor determinante en el control interno de su empresa?

Actualmente están cambiando las cosas en cuanto al manejo de las tecnologías, ya que de a poco la influencia de las instituciones públicas y entes reguladores nos envuelven en la necesidad de relacionarnos con las nuevas tecnologías.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Título de la propuesta a implementarse

Sistema computarizado de control interno en el área de ventas y facturación, en la estación de servicios “El Terminal”

Datos informativos

Institución ejecutora

- Estación de servicios “El Terminal”

Beneficiarios

- Clientes internos
- Clientes externos

Ubicación

- Provincia: Cotopaxi
- Cantón: Latacunga
- Dirección: Av. Marco Aurelio Subía y César Dávila.

Tiempo estimado para la ejecución

- Enero del 2017 a junio 2017

Equipo técnico responsable

- Investigador
- Administrador
- Contador

Costo

- El costo es de \$16.123,00 dólares

Justificación

La instalación del sistema de control de ventas y facturación, permite cumplir con las exigencias del Servicio de Rentas Internas, así también el mejorar los procesos de ventas y facturación de la estación de servicios con el fin de mejorar la atención al cliente y los procesos de control internos de la organización.

Esto también abre la puerta a la mejorar en el uso de los sistemas de información y su adaptabilidad a la empresa al uso de tecnología que cada vez es de más importancia para mantener la competitividad en el sector.

Objetivos

General

- Implementar un sistema computarizado de control interno, con énfasis en las ventas y facturación.

Específicos

- Diagnosticar a través de herramientas de análisis de gestión administrativa la situación actual del control interno
- Identificar los requerimientos internos del sistema de control en el proceso de ventas y facturación
- Analizar los diferentes sistemas de control computarizados existentes en el mercado

Modelo operativo de ejecución de la propuesta

Modelo gráfico

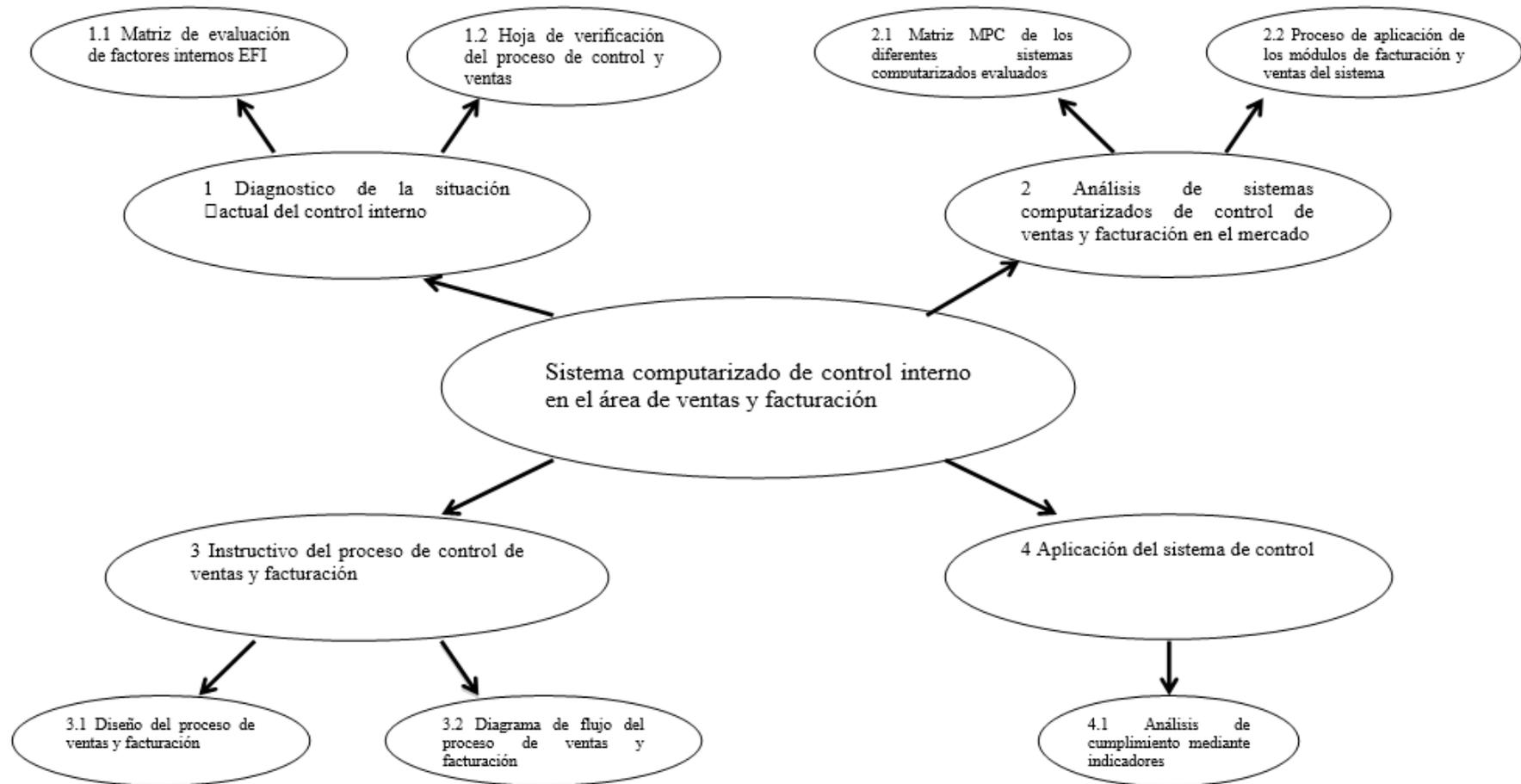


Gráfico No. 21: Modelo operativo de ejecución de la propuesta

Autor: Julio César Terán Enríquez

Modelo verbal

Diagnóstico de la situación actual del control interno

Tabla No. 19: Matriz de evaluación de factores internos EFI

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fuerzas			
1 Liquidez	0,14	4	0,56
2 Formas de pago	0,10	3	0,30
3 Posicionamiento en el mercado	0,10	3	0,30
4 Maquinaria actualizada	0,08	4	0,32
5 Buenas relaciones comerciales	0,05	3	0,15
6 Infraestructura	0,13	3	0,39
Debilidades			
7 Facturación desactualizada	0,10	2	0,20
8 Poca capacitación en servicio al cliente	0,12	2	0,24
9 Sistemas de control limitados	0,10	2	0,20
10 Tecnologías	0,08	1	0,08
TOTAL	1		2,74

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

Una vez realizada la matriz de evaluación de factores internos el resultado total obtenido es 2,74 lo cual indica que existe una leve ventaja entre nuestras fuerzas y debilidades, por lo que es esencial el desarrollar un mejoramiento en los puntos débiles. Dentro de las fuerzas claramente la liquidez y la infraestructura juegan un papel importante en la organización como también se puede observar que la poca capacitación en servicio al cliente es la más marcada en este diagnóstico de debilidades.

Tabla No. 20: Hoja de verificación del proceso de control y ventas

CONTROL DE VENTAS Y FACTURACIÓN					
PROCESO DE VENTAS Y FACTURAS EMITIDAS EN FUNCION DE LA VENTAS					
Hoja de verificación de datos					
FECHA:					
OBSERVADOR: Grupo de desarrollo de software					
ESTABLECIMIENTO: Estación de Servicios "El Terminal"					
NUMERO DE DEFECTOS: 1299					
DEFECTO	CONTEO				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
Vehículos no facturados	267	302	248	253	1070
No cuadra lo vendido con lo facturado	9	12	8	5	34
Vehículos sin ser atendidos	32	22	35	18	107
Existieron diferencias en el cierre de caja	2	1	4	4	11
Despachos con incidentes	15	17	25	20	77
TOTAL:	325	354	320	300	1299
<p>OBSERVACIONES: En los datos correspondientes al defecto despachos con incidentes, se observó que lo más frecuentes el desparramar el producto, seguido inconvenientes con las tapas de los tanques de vehículos, y otros con relación a la manipulación de las pistolas de despacho</p>					

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Encuesta

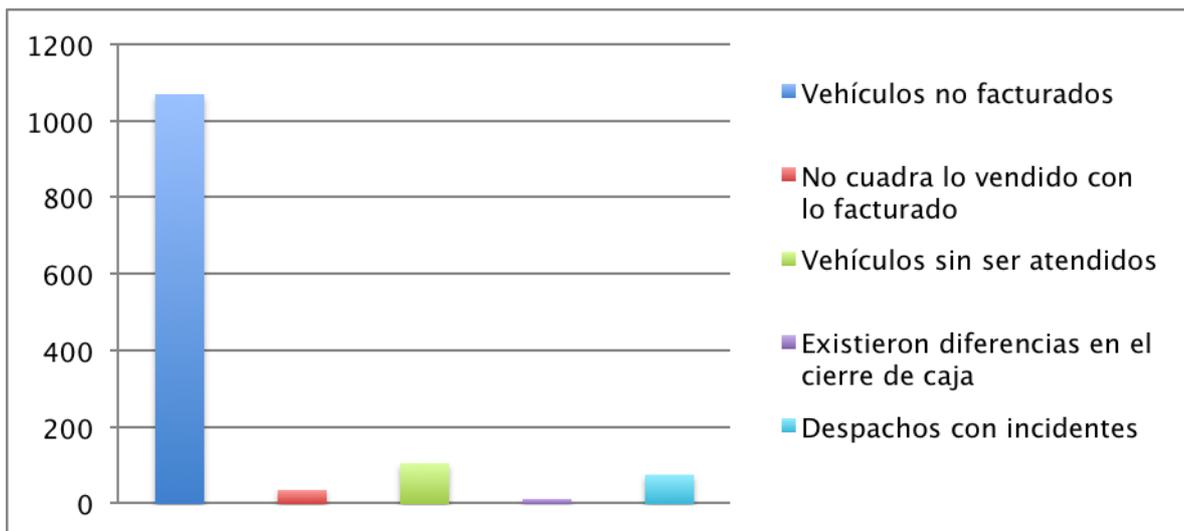


Gráfico No. 22: Verificación del proceso de control y ventas

Fuente: Tabla No. 19

Autor: Julio César Terán Enríquez

Análisis

Claramente se evidencia que los vehículos no facturados son el principal defecto en la hoja de verificación, pudimos notar que esto se da ya que las facturas son realizadas de manera manual, además de las características propias dentro del proceso de ventas y facturación en las que observamos la impaciencia de los clientes, la gran cantidad de vehículos, el tiempo que toma realizar una factura, la complejidad en tomar los datos. Por lo que este es el principal defecto a tener en cuenta para establecer su mejora. Los vehículos no atendidos y los despachos con incidentes también están relacionados con los vehículos no facturados, ya que la facturación de vehículos interviene a lo largo del proceso de venta y facturación, lo cual puede afectar el desarrollo de otras acciones que también están involucradas en este proceso.

Análisis de sistemas computarizados de control de ventas y facturación

Tabla No. 21: Matriz MPC de los diferentes sistemas computarizados evaluados

FACTORES CRITICOS	MPC						
	Peso	Paygas		Fuel Control		Gaslapp	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Facturación electrónica	0,25	4	1,00	4	1,00	4	1,00
Servicio Técnico	0,15	3	0,45	2	0,30	3	0,45
Interface amigable al usuario	0,20	3	0,60	4	0,80	3	0,60
Capacidad y tiempos de respuesta del sistema	0,20	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Adaptabilidad del sistema a la organización	0,20	2	0,40	3	0,60	3	0,60
TOTAL	1		3,05		3,30		3,25

Autor: Julio César Terán Enrique

Fuente: Encuesta

Análisis

Esta matriz de perfil competitivo nos permite realizar un estudio más preciso sobre los diferentes aspectos de relevancia de cada sistema, de los cuales Fuel Control y Gaslapp son las mejores opciones a elegir según su ponderación total, las diferencias entre ambos sistemas son leves pero a la vez ambos sistemas se prestan a las necesidades de la organización, lo que ha permitido elegir a sistema Gaslapp con claridad de su rival más cercano fueron los costos, ya que el sistema Gaslapp cuenta con una cómoda ventaja sobre el resto.

Proceso de aplicación de los módulos de facturación y ventas del sistema

El sistema sobre el cual realizaremos la aplicación es el sistema Gaslapp, al que iremos describiendo y conociendo de mejor manera la interface del sistema.

Esta es la pantalla principal de sistema, la cual nos pide para ingresar un usuario y clave. Este es un sistema que trabaja usando una red, por lo que nos permite ingresar desde diferentes ordenadores y poder monitorear el sistema desde cualquier lugar.

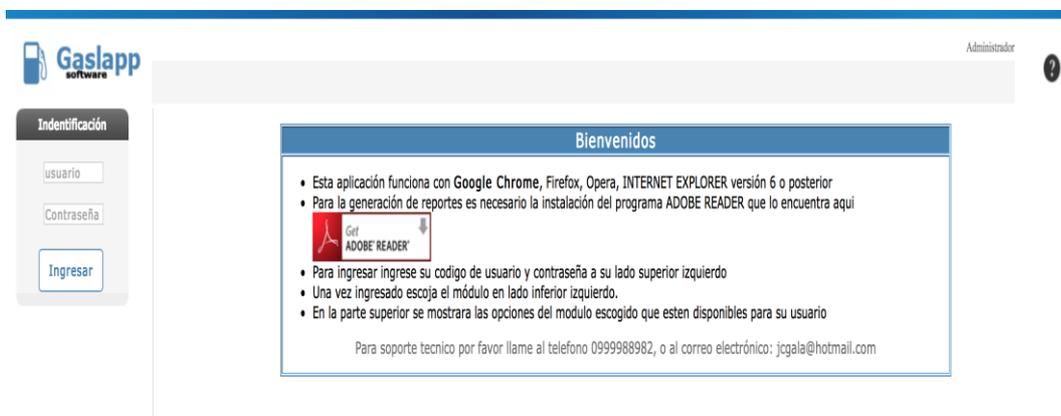


Gráfico No. 23: Ingreso al Sistema

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

Dentro del sistema podemos ver que muestra en su parte superior derecha el menú del sistema, en el cual encontramos los módulos: consola, inventarios, ventas/cuentas por cobrar.

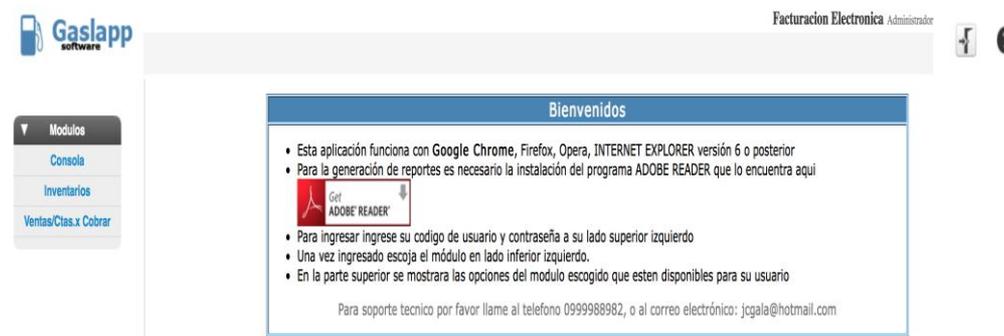


Gráfico No. 24: Modulos del sistema

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

El modulo que aplicaremos será el módulo de ventas y cuentas por cobrar, donde encontramos un menú de opciones.

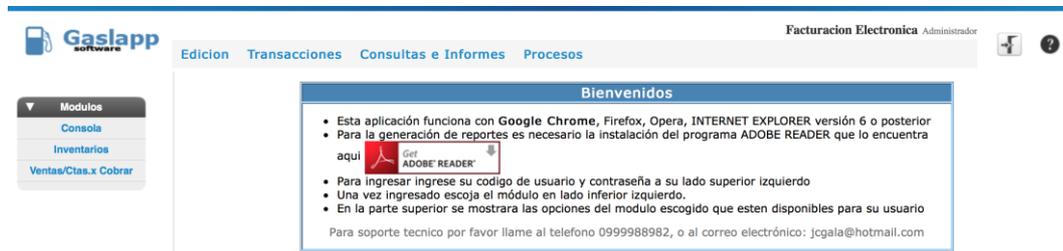


Gráfico No. 25: Modulo Ventas y Cuentas por cobrar

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

En edición encontraremos las siguientes opciones que se pueden editar dentro del módulo de ventas y cuentas por cobrar.

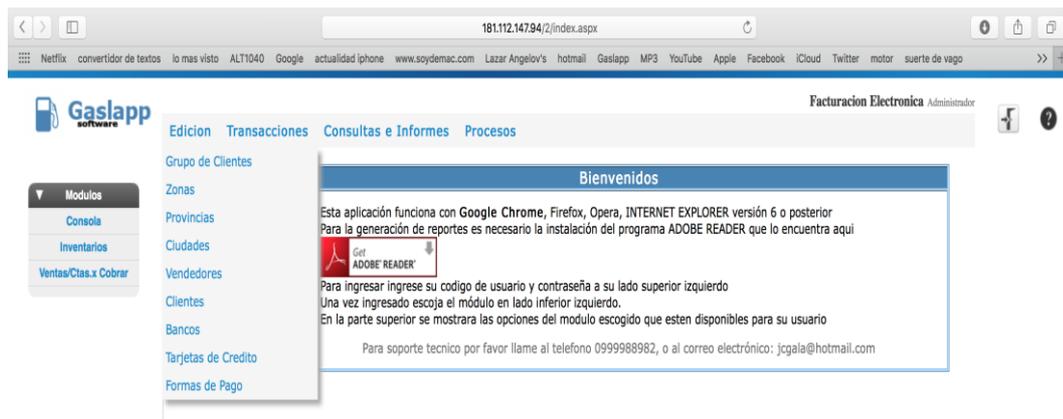


Gráfico No. 26: Edicion en el modulo ventas y cuentas por cobrar

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

Todas estas opciones son de fácil edición, la persona que conoce del proceso de ventas y control de la estación de servicios tiene el conocimiento necesario y deberá ingresar a cada opción y calibrar las configuraciones según sus necesidades.



Gráfico No. 27: Transacciones, notas de credito, facturas de venta, movimientos

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

En el botón transacciones, encontramos 3 opciones a elegir notas de crédito, facturas de venta, movimientos.

Dentro del botón notas de crédito, encontraremos todas las notas de crédito o pagares a crédito que se generan en el sistema para los clientes que tienen cargas a crédito en la estación de servicios.

Pedido #	Anulado?	Estatus	Emision	Creado	# Factura	Cliente	RUC	Nombre	Vendedor	#Turno	Cantidad	Base Gravada	Base 0%	IVA	Total	Fecha
005001000000001	Anulado	Pendiente	07/07/15 01:04	Manual Automatico	2000	0992277874001	CONCERROAZUL S.A.	101	0010000002	0,192	0,357	0,000	0,043	0,000		
005001000000002	Anulado	Pendiente	07/07/15 01:07	Manual Automatico	1000	1790266443001	MAMUT ANDINO C.A.	101	0010000002	0,286	0,536	0,000	0,064	0,000		
005001000000003	Anulado	Pendiente	07/07/15 07:57	Manual Automatico	1000	1790266443001	MAMUT ANDINO C.A.	101	0010000002	4,730	6,250	0,000	0,750	0,000		
005001000000004	Anulado	Pendiente	07/07/15 14:52	Manual Automatico	2000	0992277874001	CONCERROAZUL S.A.	101	0010000002	0,191	0,357	0,000	0,043	0,000		
005001000000005	Anulado	Pendiente	07/07/15 15:02	Manual Automatico	1000	1790266443001	MAMUT ANDINO C.A.	101	0010000002	0,098	0,188	0,000	0,023	0,000		

Gráfico No. 28: Notas de Crédito

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

Aquí podemos visualizar los documentos a crédito, además de buscarlos en el sistema por diferentes parámetros ya sea por fecha, ruc o cédula, número de pagare.

The screenshot shows the Gaslapp software interface for 'Facturación Electrónica'. It includes a sidebar with 'Modulos' (Consola, Inventarios, Ventas/Ctas.x Cobrar) and a main area with search filters for 'Facturas de Ventas' (Número, Emisión, Fecha, Cliente, RUC, Nombre) and a 'Secuencia' dropdown set to 001008. Below the filters is a table of credit notes.

	Número	Anulado	Emisión	Creado	Cliente	RUC	Nombre	Despachado	# Despacho	Vendedor	# Turno	Cantidad	Servicios	Base Gravada	Base Cero	IVA	Tot
	0010080000000001	<input type="checkbox"/>	07/07/15 00:29	Automático	1	TDP992	TDP992	A11	4	101	0010000002	0,2410	0,0000	0,455	0,000	0,055	0,51
	0010080000000002	<input type="checkbox"/>	07/07/15 00:31	Automático	1	0500676598001	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	A11	5	101	0010000002	0,2460	0,0000	0,464	0,000	0,056	0,52
	0010080000000003	<input type="checkbox"/>	07/07/15 00:39	Automático	1	0503207193	TERAN ENRIQUEZ JULIO CESAR	A11	6	101	0010000002	0,2380	0,0000	0,446	0,000	0,054	0,50
	0010080000000004	<input type="checkbox"/>	07/07/15 00:45	Automático	1	1103780795	MONTOYA CARPIO JORGE GIOVANNY	A11	7	101	0010000002	0,4760	0,0000	0,893	0,000	0,107	1,00
	0010080000000005	<input type="checkbox"/>	07/07/15 00:48	Automático	1	1103780795	MONTOYA CARPIO JORGE GIOVANNY	A12	8	101	0010000002	0,6760	0,0000	0,893	0,000	0,107	1,00
		<input type="checkbox"/>	07/07/15				TERAN SIERRA										

Gráfico No. 29: Visualización de notas de Crédito

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

Facturas de venta muestra una interface similar a la de notas de crédito o pagares, permitiendo buscar facturas, verificar datos de facturación, revisar estados de autorización de documentos electrónicos.

Movimientos nos mostrara las transacciones generadas por la venta a clientes, registros de ingreso de ventas e inventarios.

	Cliente	Razon Social	RUC	Saldo Efectivizado	Saldo Contable	Estado
1	CONSUMIDOR FINAL		999999999999	0,000	0,000	Activo
2	American Express			0,000	0,000	Activo
3	Allia			0,000	0,000	Activo
4	Master Card			0,000	0,000	Activo
5	Visa			0,000	0,000	Activo
6	RIVAS VIERA VICTOR HUGO		0500917224	0,000	0,000	Activo
7	MISE MARIA DIGNA		0502195548	0,000	0,000	Activo
8	AMORES ARROYO JENNY LUCRECIA		0501695324001	0,000	0,000	Activo
9	HERRERA ZAPATA HECTOR PORFIRIO		1704767944	0,000	0,000	Activo
10	ESCUDERO SAFLA CESAR GALO		0500759097001	0,000	0,000	Activo
11	PENAFIEL IZURIETA JUAN LUIS		0501548168001	0,000	0,000	Activo
12	CHILUISA CHILUISA SEGUNDO IDEL		0500626338	0,000	0,000	Activo
13	LIGER ALVAREZ CARLOS HUMBERTO		0500142476001	0,000	0,000	Activo
14	VILLARROEL TIGSE MILTON PATRICIO		0502345614	0,000	0,000	Activo
15	GARZON SORIA CARLOS PABLO		0502486939001	0,000	0,000	Activo
16	MOLINA GUANOLUISA EDGAR IVAN		0503861049	0,000	0,000	Activo
17	TOAQUIZA PASTUNA JOSE MIGUEL		0502648363	0,000	0,000	Activo
18	VEGA CUYO MANUEL		0500504337	0,000	0,000	Activo
19	GOMEZ MASAPANTA SEGUNDO		0501295349	0,000	0,000	Activo

Gráfico No. 30: Registro de ventas
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez

Consultas e informes, principalmente facilita la obtención de información recolectada y procesada por el sistema en diferentes parámetros.



Gráfico No. 31: Módulo consulta e informes
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez

Además, consultas e informes en sus botones de notas de entrega y facturas de venta nos permite buscar y generar reportes de estos documentos en diferentes formatos y necesidades de la información.

Gaslapp software Facturacion Electronica Administrador

Edición Transacciones Consultas e Informes Procesos

Reporte de Notas de Entrega

Número
Desde: 00000000000000000000 Hasta: 9999999999999999

Emisión
Desde: 01/09/16 00:00 Hasta: 08/09/16 00:00

Clientes
Desde: (Ninguno) Hasta: TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO

Vendedor
Desde: (Ninguno) Hasta: Singaicho Anderson

Estado
 Todos Pendientes Facturados

Imprimir

Listado de Notas de Entrega
 Detalle de Notas de Entrega

Gráfico No. 32: Reportes de documentos

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

Reporte de Notas de Entrega										
Número	Fecha	Vend.	Ciente	Nombre	Articulo	Cant.	Gravado	I.V.A.	Total	Estad
005001000002337	01/09/16 07:42	106	23932	HACIENDA SANTA ISABEL	DIESEL P	10,989	10,000	1,400	11,400	PE
005001000002338	01/09/16 15:42	106	21382	CLINICA CONTINENTAL	SUPER	12,098	22,816	3,194	26,010	PE
005001000002339	01/09/16 20:31	105	36074	JORGE AQUILINO ASHQUI ANDINO	DIESEL P	65,571	59,649	8,351	68,000	PE
005001000002340	01/09/16 22:34	106	21742	VALENCIA Y VALENCIA CIA LTDA	EXTRA	9,627	12,500	1,750	14,250	PE
005001000002341	01/09/16 23:19	106	38160	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	EXTRA	6,757	8,772	1,228	10,000	PE
005001000002342	02/09/16 06:28	106	38160	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	EXTRA	10,943	14,211	1,990	16,200	PE
005001000002343	02/09/16 07:52	104	38160	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	EXTRA	2,025	2,632	0,368	3,000	PE
005001000002344	02/09/16 09:18	105	38160	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	DIESEL P	4,817	4,386	0,614	5,000	PE
005001000002345	02/09/16 09:50	106	4258	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDIT EXTRA		1,693	2,202	0,308	2,510	PE
005001000002346	02/09/16 11:42	105	31687	COMPANIA DE TRANSPORTE PESADO DIESEL P		14,945	13,597	1,904	15,500	PE
005001000002347	02/09/16 12:14	105	31687	COMPANIA DE TRANSPORTE PESADO DIESEL P		8,683	7,895	1,105	9,000	PE
005001000002348	02/09/16 13:04	105	21644	GLADYS GOMEZ GRANDES	DIESEL P	26,036	23,684	3,316	27,000	PE
005001000002349	02/09/16 15:09	105	23928	HOTEL LLACTACUNGA	DIESEL P	21,215	19,298	2,702	22,000	PE
005001000002350	02/09/16 17:22	104	23935	FUENTES SAN FELIPE	DIESEL P	9,253	8,421	1,179	9,600	PE
005001000002351	02/09/16 17:35	105	1000	MAMUT ANDINO C.A.	DIESEL P	10,603	9,649	1,351	11,000	PE
005001000002352	02/09/16 18:47	106	23934	INDUACERO	SUPER	9,771	18,430	2,580	21,010	PE
005001000002353	03/09/16 11:37	105	36074	JORGE AQUILINO ASHQUI ANDINO	DIESEL P	136,933	124,561	17,439	142,000	PE
005001000002354	03/09/16 14:03	106	38160	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	EXTRA	14,863	19,298	2,702	22,000	PE
005001000002355	03/09/16 19:45	104	38160	TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO	EXTRA	6,757	8,772	1,228	10,000	PE

Gráfico No. 33: Reporte de notas de entrega

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

<p>TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO</p> <p>ESTACION DE SERVICIOS EL TERMINAL</p> <p>ESTACION DE SERVICIOS EL TERMINAL</p> <p>Dirección Matriz: AV. MARCO AURELIO SUBIA S/N Y CESAR DAVILA</p> <p>Dirección Establecimiento: AV. MARCO AURELIO SUBIA S/N Y CESAR DAVILA</p> <p>CONTRIBUYENTE ESPECIAL: SI 870 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI</p>	<p>R.U.C.: 0500676598001</p> <p>NOTA DE ENTREGA</p> <p>No. 005001000002337</p> <p>Emission: 01/09/16 07:42</p> <p>Turno:</p> <p># Despacho:</p> <p>Estatus:</p> <p>Vendedor: 106</p> <p>Anulado? 0</p>																				
<p>Codigo: 23932 R.U.C.: 0591700286001</p> <p>Razon Social: HACIENDA SANTA ISABEL</p> <p>Fecha Emision: 01/09/16 07:42 Comentario</p>																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Codigo</th> <th>Nombre</th> <th>Bodega</th> <th>Und</th> <th>Desp</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio</th> <th>Descuento</th> <th>Subsidio</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DDR</td> <td>DIESEL PREMIUM</td> <td>TDDR</td> <td>GLS</td> <td>B13</td> <td>10,989</td> <td>1,037</td> <td>0,000</td> <td>20,858</td> <td>11,400</td> </tr> </tbody> </table>		Codigo	Nombre	Bodega	Und	Desp	Cantidad	Precio	Descuento	Subsidio	Total	DDR	DIESEL PREMIUM	TDDR	GLS	B13	10,989	1,037	0,000	20,858	11,400
Codigo	Nombre	Bodega	Und	Desp	Cantidad	Precio	Descuento	Subsidio	Total												
DDR	DIESEL PREMIUM	TDDR	GLS	B13	10,989	1,037	0,000	20,858	11,400												
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>SUB TOTAL 12%</td> <td>10,000</td> </tr> <tr> <td>SUB TOTAL 0%</td> <td>0,000</td> </tr> <tr> <td>SUB TOTAL EXCENTO:</td> <td>0,000</td> </tr> <tr> <td>SUB TOTALNO OBJ.:</td> <td>0,000</td> </tr> <tr> <td>TOTAL DESCUENTOS:</td> <td>0,000</td> </tr> <tr> <td>IVA 12%</td> <td>1,400</td> </tr> <tr> <td>VALOR TOTAL:</td> <td>11,400</td> </tr> <tr> <td>SUBSIDIO:</td> <td>8,297</td> </tr> </tbody> </table>		SUB TOTAL 12%	10,000	SUB TOTAL 0%	0,000	SUB TOTAL EXCENTO:	0,000	SUB TOTALNO OBJ.:	0,000	TOTAL DESCUENTOS:	0,000	IVA 12%	1,400	VALOR TOTAL:	11,400	SUBSIDIO:	8,297				
SUB TOTAL 12%	10,000																				
SUB TOTAL 0%	0,000																				
SUB TOTAL EXCENTO:	0,000																				
SUB TOTALNO OBJ.:	0,000																				
TOTAL DESCUENTOS:	0,000																				
IVA 12%	1,400																				
VALOR TOTAL:	11,400																				
SUBSIDIO:	8,297																				

Gráfico No. 34: Nota de entrega
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez

Gráfico No. 35: Reporte de facturas de venta
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez

Facturas de Venta

Número	Emisión	Vend.	RUC	Nombre	Gravado	0%	L.V.A.	Total	Autorización	Estado	Turno	Despacho	Anu
001008000237758	01/09/16 00:12	106	pk852	pk852	1,754	0,000	0,246	2,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241810	NO
001008000237759	01/09/16 00:30	106	pol875	pol875	8,781	0,000	1,229	10,010	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241811	NO
001008000237760	01/09/16 00:32	106	0590061379001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO M	8,772	0,000	1,228	10,000	1	Devuelto	0010000460	241812	NO
001008000237761	01/09/16 00:46	106	pk584	pk584	1,763	0,000	0,247	2,010	1	Devuelto	0010000460	241813	NO
001008000237762	01/09/16 01:29	106	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	5,263	0,000	0,737	6,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241814	NO
001008000237763	01/09/16 02:01	105	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	52,632	0,000	7,368	60,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241277	NO
001008000237764	01/09/16 03:08	105	0501504302001	MUSO GUAMANI SEGUNDO GUSTAVO	35,088	0,000	4,912	40,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241815	NO
001008000237765	01/09/16 06:48	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	4,395	0,000	0,615	5,010	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241847	NO
001008000237766	01/09/16 06:49	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	4,386	0,000	0,614	5,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241850	NO
001008000237767	01/09/16 06:50	106	pk555	pk555	2,632	0,000	0,368	3,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241851	NO
001008000237768	01/09/16 07:00	104			5,702	0,000	0,798	6,500	1	Devuelto	0010000468	241852	NO
001008000237769	01/09/16 07:00	104			8,772	0,000	1,228	10,000	1	Devuelto	0010000468	241847	NO
001008000237770	01/09/16 07:00	106			4,386	0,000	0,614	5,000	1	Devuelto	0010000460	241849	NO
001008000237771	01/09/16 07:00	105			0,000	0,000	0,000	0,000	1	Devuelto	0010000444	241817	NO
001008000237772	01/09/16 07:04	105	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	16,667	0,000	2,333	19,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241853	NO
001008000237773	01/09/16 07:08	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	2,632	0,000	0,368	3,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241854	NO
001008000237774	01/09/16 07:10	105	0502578677001	FARINANGO CATOTA GALO PATRICIO	21,930	0,000	3,070	25,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241855	NO
001008000237775	01/09/16 07:10	106	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	1,632	0,000	0,228	1,860	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241856	NO
001008000237776	01/09/16 07:11	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	9,649	0,000	1,351	11,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241857	NO
001008000237777	01/09/16 07:12	106	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	6,956	0,000	0,974	7,930	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241858	NO
001008000237778	01/09/16 07:14	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	9,842	0,000	1,378	11,220	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241859	NO
001008000237779	01/09/16 07:14	106	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	7,465	0,000	1,045	8,510	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241860	NO
001008000237780	01/09/16 07:15	106	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	4,404	0,000	0,617	5,020	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241861	NO
001008000237781	01/09/16 07:16	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	8,772	0,000	1,228	10,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241862	NO
001008000237782	01/09/16 07:17	105	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	6,790	0,000	1,231	10,020	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241863	NO
001008000237783	01/09/16 07:18	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	6,140	0,000	0,860	7,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241864	NO
001008000237784	01/09/16 07:19	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	10,526	0,000	1,474	12,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241865	NO
001008000237785	01/09/16 07:20	105	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	17,544	0,000	2,456	20,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241866	NO
001008000237786	01/09/16 07:21	106	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	7,018	0,000	0,983	8,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241867	NO
001008000237787	01/09/16 07:22	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	5,263	0,000	0,737	6,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241868	NO
001008000237788	01/09/16 07:23	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	0,877	0,000	0,123	1,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241869	NO
001008000237789	01/09/16 07:27	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	2,640	0,000	0,370	3,010	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241870	NO
001008000237790	01/09/16 07:27	105	0501729362	ARMAS DUQUE VERONICA ELIZABETH	8,772	0,000	1,228	10,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000444	241871	NO
001008000237791	01/09/16 07:36	104	0502528573001	FERNANDEZ VELASCO LENIN PAUL	7,018	0,000	0,983	8,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241872	NO
001008000237792	01/09/16 07:36	106	0503400251	MOJINA GUANOLUISA WILLAN OSWALDO	8,781	0,000	1,229	10,010	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000460	241873	NO
001008000237793	01/09/16 07:41	104	9999999999999	CONSUMIDOR FINAL	8,772	0,000	1,228	10,000	01092016010500676598001200100800	Autorizado	0010000468	241874	NO

Gráfico No. 36: Facturas de venta

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez



TERAN SIERRA MANUEL RODRIGO

ESTACION DE SERVICIOS EL TERMINAL

ESTACION DE SERVICIOS EL TERMINAL

Dirección Matriz:
AV. MARCO AURELIO SUBIA S/N Y CESAR DAVILA

Dirección Establecimiento:
AV. MARCO AURELIO SUBIA S/N Y CESAR DAVILA

CONTRIBUYENTE ESPECIAL: SI 870
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: 0500676598001

FACTURA

No. 001008000237758

NUMERO DE AUTORIZACION:

AMBIENTE: Producción

EMISION: Normal

CLAVE DE ACCESO:

Razón Social / Nombres y Apellidos: plk852		R.U.C./C.I.: plk852									
Fecha de Emisión: 01/09/16 00:12		Guía de Remisión:									
Cod Principal	Cod Auxiliar	Cantidad	Descripción	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Precio	Subsidio	Precio Sin Subsidio	Descuento	Total
DGE	DGE	1,350	EXTRA	Unidad GLS	Maquina B12	Vendedor 106	1,480	0,341	1,639	0,000	2,000

INFORMACION ADICIONAL

Correo Electrónico:
no enviar

SUB TOTAL14 %	1,754
SUB TOTAL 0%	0,000
SUB TOTAL EXCENTO:	0,000
SUB TOTALNO OBJ.:	0,000
TOTAL DESCUENTOS:	0,000
IVA14 %	0,246
VALOR TOTAL:	2,000

VALOR TOTAL POR SUBSIDIO:	2,550
AHORRO POR SUBSIDIO:	0,550
Incluyase IVA cuando aplique	

Gráfico No. 37: Factura
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez

El ultimo botón dentro del menú de ventas y cuentas por pagar es el de procesos, el cual cuenta con opciones de edición de facturas que ya han sido autorizadas también el enviar o recibir las autorizaciones de facturas, anular bloques de facturas y finalmente la generación del archivo XML para el anexo de ventas del servicio de rentas internas.

Facturacion Electronica Administrador

Edicion Transacciones Consultas e Informes Procesos

Modulos
 Console
 Inventarios
 Ventas/Clas.x Cobrar

Secuencias
 Corregir y Subir Facturas
 Facturacion Electronica
 Gestion de Documentos Electronicos
 Anulacion de Facturas en bloque
 Anexo de Ventas

- Esta aplicación funciona con Go
- Para la generación de reportes aquí 
- Para ingresar ingrese su código
- Una vez ingresado escoja el módulo
- En la parte superior se mostrará

Para soporte tecnico por favor llame al correo electrónico: jcgala@hotmail.com

INTERNET EXPLORER versión 6 o posterior
 programa ADOBE READER que lo encuentra
 o superior izquierdo
 lo que estén disponibles para su usuario

Gráfico No. 38: Módulo Procesos
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez

Comprobantes Electronicos							
Fecha de Emisión - Desde:		Fecha de Emisión - Hasta:		Número:	Estado del Documento:	Identificación:	
01/01/16		08/09/16		00100100000000	Autorizado	RUC/CI/Pasaporte C	
Número	Emisión	RUC	Razon Social	Total	Autorizacion	Autorizado	Estado
001008000090775	01/01/16 00:12	0501477319	SIMBA TENELANDA JOSE ANTONIO	5,000	0101201600121305006765980012823909469	01/01/16 00:12	Autorizado
001008000090776	01/01/16 01:08	0503266520	AGUAYO CAISAGUANO MAYRA LORENA	5,000	0101201601085305006765980012824766583	01/01/16 01:08	Autorizado
001008000090777	01/01/16 01:13	0501266605001	AMORES OLIVO JOSE VICENTE	3,520	0101201601134305006765980012824838528	01/01/16 01:13	Autorizado
001008000090778	01/01/16 01:14	1103780795	MONTOYA CARPIO JORGE GIOVANNY	1,500	0101201601142505006765980012824848590	01/01/16 01:14	Autorizado
001008000090779	01/01/16 01:14	0501100200	QUEVEDO HERRERA CARLOS ENRIQUE	10,000	0101201601150005006765980012824856941	01/01/16 01:15	Autorizado
001008000090780	01/01/16 01:20	0503056814	ESPINOSA FALCONI XAVIER GONZALO	3,000	0101201601204805006765980012824936215	01/01/16 01:20	Autorizado
001008000090781	01/01/16 01:22	0501717029	ANDRADE LEMA LUIS FERNANDO	6,000	0101201601221505006765980012824953634	01/01/16 01:22	Autorizado
001008000090782	01/01/16 01:24	0502939077	VELASCO PANCHI ANGEL MESIAS	13,500	0101201601242105006765980012824979058	01/01/16 01:24	Autorizado
001008000090783	01/01/16 01:27	0502195548	MISE MARIA DIGNA	5,000	0101201601270705006765980012825013879	01/01/16 01:27	Autorizado
001008000090784	01/01/16 01:29	0502342991	ORTEGA MORENO RICAR GEOVANNY	10,000	0101201601300805006765980012825047654	01/01/16 01:30	Autorizado
001008000090785	01/01/16 01:47	0502002413001	LOPEZ OTANEZ EDGAR RUBEN	5,000	0101201601475805006765980012825261888	01/01/16 01:47	Autorizado

Gráfico No. 39: Comprobantes electrónicos
Fuente: Sistema Gaslapp
Autor: Julio César Terán Enríquez



Gráfico No. 40: Emisión anexo transaccional ventas

Fuente: Sistema Gaslapp

Autor: Julio César Terán Enríquez

Instructivo del proceso de control de ventas y facturación.

Diseño del proceso de ventas y facturación de la estación de servicios El Terminal.

Contenido:

1. Objetivo
2. Alcance
3. Responsabilidades
4. Actividades

1. Objetivos

Establecer los principios y proporcionar las acciones generales para realizar, controlar y aplicar el proceso de ventas y facturación.

2. Alcance

A todo el equipo de administración, contabilidad, ventas y facturación de la empresa.

3. Responsabilidades

Administrador

El administrador es el responsable final de todas las fases del proceso de ventas y facturación, dispone de autoridad para tomar decisiones en todos los niveles de la organización. La responsabilidad del administrador comprende también:

- La elaboración del diseño y diagrama del proceso de ventas y facturación.
- La correcta aplicación de los sistemas informáticos según las necesidades de la empresa en las diferentes tareas a desarrollar dentro del proceso de ventas y facturación.
- Coordinar las necesidades y actividades para la recolección de la información de ventas y facturación entre contador y despachadores.
- Contador
- Recolectar, analizar y corregir la información de ventas y facturación generada por los despachadores en su turno de trabajo.
- Controlar la emisión de documentos electrónicos como facturas y/o pagares de venta.
- Generar, controlar, realizar el cierre de caja diario y la recolección de los valores correspondientes según el informe diario de ventas y facturación.
- Renovar y modificar la información o contenido del esquema de facturación según las necesidades o requerimientos del Servicio de Rentas Internas SRI.
- Informar y analizar con el administrador las notificaciones y resoluciones emitidas por el Servicio de Rentas Internas SRI.

Despachador

- Dar la bienvenida o saludo, tomar pedido y preguntar por los datos para la factura al cliente.
- Manipular el surtidor de despacho de combustible y el depósito de combustible del vehículo.
- Realizar el cobro y la entregar del comprobante de venta.
- Vender y atender las necesidades de los clientes por compras de lubricantes y aditivos automotrices.

4. Actividades

La atención en la estación de servicios es permanente las 24 horas, por lo que los despachadores trabajan en turnos con un día de trabajo y otro día libre; por lo que los fines de semana se realizan actividades normales hasta el día sábado en el área

contable, lo generado en ventas y facturación el día domingo será procesado por el área contable el día lunes siguiente.

4.1.- Preparación de registros y hojas de información.

El contador ingresara a las 8:00 am a su puesto de trabajo, generara las distintas hojas y registros que usan los despachadores para la recolección de la información. Además, verifica los horarios de llegada de los despachadores, el uso del uniforme adecuado, como también que el lugar de trabajo sea entregado por el turno saliente en las condiciones establecidas de orden, limpieza y funcionamiento.

4.2.- Apertura del turno de trabajo.

Esto se realizará según lo establecido por la administración, los despachadores deberán cumplir con las instrucciones dadas.

El despachador deberá presentarse diariamente a las 8:30 am, en su lugar de trabajo y vestir el uniforme correspondiente.

Ver y registrar en su hoja diaria las lecturas del surtidor de combustible.

Verificar y registrar en su hoja diaria las existencias de lubricantes y aditivos automotrices.

Relevar a su compañero de trabajo saliente en el puesto correspondiente.

Iniciar la venta y atención a los clientes de la estación de servicios.

4.3.- Cierre de turno.

Los despachadores presentarán las hojas y registros entregados previamente al inicio del turno, esta información y valores entregados por el despachador serán recolectados, revisados y recibidos a conformidad del contador. También se verificará la información de facturación y las novedades surgidas.

4.4.- Análisis diario de ventas.

Tras ser procesada toda la información de ventas y facturación por contabilidad, se genera un informe diario de ventas el cual sirve para el análisis de los datos que lo realiza el administrador.

Diagrama de flujo del proceso de ventas y facturación en la estación de servicios El Terminal.

Tabla No. 22: Diagrama de flujo del proceso de ventas y facturación

Nº	Actividad
1	Recibir y saludar al cliente
2	Levantar datos para el documento
3	Ingresar datos para el documento, factura con datos o nota de crédito
4	Despachar el combustible
5	Cobrar la venta
6	Generar documento de venta
7	Entregar el documento de venta

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Información de ventas y facturación

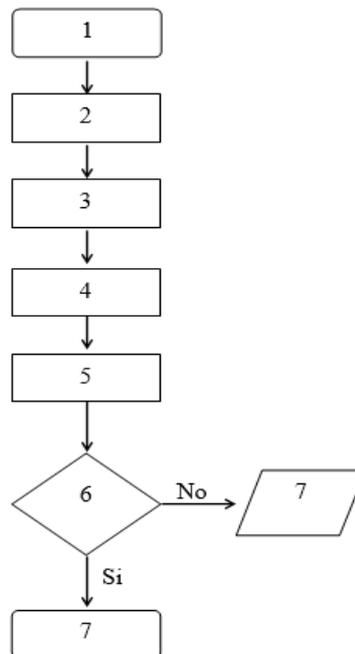


Gráfico No. 41: Diagrama de flujo del proceso de ventas y facturación

Fuente: Tabla No. 21

Autor: Julio César Terán Enríquez

Aplicación del sistema de control

Tabla No. 23: Análisis de cumplimiento mediante indicadores

Objetivo	Indicador	Medida	Impacto
Mejorar el sistema de control	Ventas facturadas	Valores en ventas / Valores facturados	Disminuir las diferencias generadas en las recaudaciones de ventas.
Identificar errores en el proceso de facturación	Eficiencia del proceso de facturación	Facturas con errores / Total de facturas	Corregir e identificar las tareas que incurren al error en el proceso de ventas.
Fidelizar al cliente	Satisfacción del cliente	Número de quejas / Total de clientes atendidos	Mejorar la atención al cliente
Actualizar los sistemas de información	Eficiencia del sistema de facturación electrónica	Numero de notificaciones por errores en XML de facturación electrónica / Total de facturas emitidas	Modificar y actualizar continuamente los sistemas de información

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fuente: Análisis de la información (encuestas)

La presente tabla muestra los principales objetivos a ser medidos y monitoreados con la finalidad de obtener información relevante que permita generar un impacto positivo en la organización con la aplicación de los mismos.

Modelo matemático

Tabla No. 24: Modelo Matemático

N°	Actividad	Valor	Tiempo	Responsable
1	Diagnóstico de la empresa previa la instalación de equipos y sistemas	\$100	15 días	Administrador
2	Adquisición de tecnología necesaria para la implementación	\$2.765	5 días	Administrador
3	Compra del sistema de ventas, facturación y dispositivos	\$12.000	5 días	Administrador
4	Obra civil y modificaciones de instalaciones	\$600	3 días	Administrador
5	Obtención del certificado electrónico	\$25	5 días	Administrador
6	Puesta en marcha del sistema	\$125	2 días	Contador
7	Corrección de errores ocurridos	\$58	3 días	Contador
8	Capacitación en el uso del sistema	\$250	2 días	Contador
9	Evaluación de prestaciones del sistema	\$50	1 día	Administrador
10	Acciones correctivas	\$150	3 días	Administrador
Total		\$16.123	44 días	

Fuente: Análisis de la información (encuestas)

Autor: Julio César Terán Enríquez

El modelo matemático contiene un esquema que representa a las actividades a realizar para la implementación del sistema de control y facturación, actividades que se encuentran acompañadas con el valor o presupuesto para cada una de ellas, el tiempo de ejecución y el responsable o encargado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De la información obtenida por medio de las diferentes herramientas de análisis de gestión, se detectaron como factores predeterminantes por mejorar o reestructurar a las acciones y procesos involucrados en ventas, facturación y control interno. Principalmente en el proceso de facturación que influye de manera directa en la mayoría de las acciones y correctivos a tomar.

También observamos que, para establecer las necesidades internas del sistema de control, es de gran importancia el interactuar y ser muy perceptivos en todas y cada una de las acciones que involucran a despachadores, contador, y administrador.

Existe varias alternativas de sistemas de ventas y facturación para estaciones de servicio en el mercado, entre ellas las que fueron analizadas Paygas, FuelControl, Gaslapp, pero no todas estas cumplen con el software necesario para facturación electrónica y en otros casos estos no son compatibles con los surtidores dependiendo de su marca. Por lo que es indispensable la asesoría de un técnico en surtidores para elegir no solo un software que nos brinde mejores prestaciones sino también que todo el software y hardware al ser instalado sea el correcto para la maquinaria del establecimiento.

El sistema elegido a lo largo de este estudio finalmente fue el sistema Gaslapp, ya que cuenta con las prestaciones necesarias para la organización y se podrá acoplar de forma más fácil a las necesidades de la misma.

Recomendaciones

Será de gran importancia la corrección oportuna de los errores de software, más aún al inicio de la implementación del sistema, ya que esto afectará de manera directa a las ventas del negocio sin que los despachadores puedan facturar o

vender el producto. Por lo que la asistencia técnica que brinde el ofertante del sistema será un factor crucial al momento de la adquisición del sistema.

La administración estará en la obligación de actualizar constantemente los esquemas de facturación según los requerimientos del servicio de rentas internas (SRI), las cuales serán notificadas y tendrán plazos de cumplimiento para su ejecución.

También se deberá prestar mucha atención a las instalaciones y cableados del establecimiento, ya que esto puede crear interferencias, mal funcionamiento o un daño mayor en la maquinaria y dispositivos que se deberán instalar, ya que muchos de estos son electrónicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alex Klarman, R. K. (2010). Teoría de restricciones. (J. G. James F. Cox, Ed.) Estados Unidos: McGraw Hill.
- Álvaro, J. A. (2001). Sistemas de indicadores para la mejora y el control integrado de la calidad de los procesos (Publicaciones de la Universidad Jaume ed.). Publicaciones de la Universidad Jaume.
- Anabitarte, A. S. (2001). Indicadores de gestión y cuadro de mando. Juan Bravo, Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Annatjie Erasmus, D. G. (2007). Gerencia Administrativa. Lansdowne, Cape Town, South Africa: Juta and Company Ltd.
- Armstrong, G. (2011). Introducción al marketing. (A. Cañizal, Ed.) Ribera del Loira, Madrid, España: Pearson Education S.A.
- Bonilla, L. B. (2002). Gestión de comercialización (Primera edición ed.). San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Castells, M. A. (2015). Dirección de ventas (Decimotercera edición ed.). Pozuelo de Alarcón, Madrid, España: Esic editorial.
- Código tributario (Codificación No. 2005-09). (Septiembre de 2005).
- Couso, R. P. (2007). Atención al cliente (Primera Edición ed.). España: Ideaspropias Editorial.
- David Lowe, R. L. (2006). Gestión comercial de proyectos. (R. L. David Lowe, Ed.) Garsington Road, Oxford, Reino Unido: Blackwell Publishing Ltd.
- E. J. Ferreira, A. W. (2009). Gerencia Administrativa (Segunda Edición ed.). (H. Hacksley, Ed.) Lansdowne, Cape Town, South Africa: Juta and Company Ltd.
- Eduardo Andreu Alabarta, R. M. (2011). Cómo gestionar una PYME mediante un cuadro de mando (Segunda edición ed.). Pozuelo de Alarcón, Madrid, España: Esic Editorial.
- El Comercio. (Octubre de 2015). Obtenido de <http://especiales.elcomercio.com/2015/10/gasolineras/#opiniones>

- El Comercio. (Octubre de 2015). Obtenido de <http://especiales.elcomercio.com/2015/10/gasolineras/#opiniones>
- Erazo, O. (2014). CAMDDEPE.
- Fred C. Lunenburg, A. C. (2012). Educación administrativa (Sexta edición ed.). Belmont, California, Estados Unidos: Wadsworth, Cengage Learning.
- González, L. M. (2013). Cómo implantar y evaluar un sistema de control de gestión. España: Profit Editorial.
- González, L. M. (2013). Gestión comercial y de marketing. Barcelona, Cataluña, España: Profit Editorial.
- Guillén, M. d. (2003). La gestión empresarial. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Kenneth C. Laudon, J. P. (2004). Sistemas de información gerencial (Octava edición ed.). (E. Q. Duarte, Ed.) Naucalpan, México, México: Pearson Education.
- Kotler, P. (2002). Dirección de marketing. (M. d. Anta, Ed.) México: Pearson Education.
- Michael A. Hitt, J. S. (2012). Administración (Tercera ed.). (M. d. Anta, Ed.) México: Pearson Education.
- Michael Baker, S. H. (2008). El libro del marketing (Sexta ed.). (S. H. Michael Baker, Ed.) Linacre House, Jordan Hill, Oxford, Reino Unido: Elsevier Ltd.
- Ramirez. (2006). Indicadores Financieros. México: Umbral Editorial S.A.
- Ramírez, H. B. (2006). Indicadores financieros. (L. C. Escudero, Ed.) Zapopan, Jalisco, México: Umbral Editorial, S.A.
- Serrano, M. J. (2011). Gestión comercial y servicio de atención al cliente. Madrid, Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- SRI. (2012). Resolución NAC-DGERCGC12-00105.
- Stephen P. Robbins, M. C. (2013). Administración. (P. M. Rosas, Ed.) México: Pearson Education.
- Tomás Hák, B. M. (2009). Indicadores sustentables. (B. M. Tomás Hák, Ed.) Washington DC, Estados Unidos: Island Press.

- Torres, V. C. (2007). Calidad total en la atención al cliente (Primera edición ed.). España: Ideaspropias Editorial.
- Valencia, J. R. (2010). Administración de pequeñas y medianas empresas (Sexta Edición ed.). Mexico: Cengage Learning Editores.
- Vavra, T. G. (2003). Cómo medir la satisfacción del cliente (Segunda Edición ed.). Madrid, España: Fundación Confemetal editorial.
- Villa, J. P. (2014). Manual de atención a clientes y usuarios. Barcelona, Cataluña, España: Profit Editorial.

ANEXOS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Encuesta aplicada a los Clientes Externos de la estación de servicios El Terminal de la ciudad de Latacunga.

Datos informativos:

Fecha:

Encuestador: Julio Terán

Objetivo: Conocer el grado de aceptación de los servicios, productos y atención al cliente de la estación de servicios El Terminal.

LEA DETENIDAMENTE LAS PREGUNTAS Y SELECCIONE SEGÚN SE INDICA

1. ¿En el momento previo a despacharle combustible, le han solicitado los datos para su factura? SOLO UNA SELECCION

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Muy pocas

Nunca

2. ¿Tipo de vehículo que conduce? SOLO UNA SELECCIÓN

Moto, cuadrón, motoneta

Vehículo liviano

Vehículo mediano

Vehículo pesado

2.1 ¿Cuál es el tiempo promedio que el despachador tarda en atenderle, con respecto a pregunta anterior? SOLO UNA SELECCIÓN

2 a 4 minutos

5 a 7 minutos

8 a 10 minutos

3. ¿Cuáles son los servicios que busca en una estación de servicios para comprar combustible? SELECCIONE DOS OPCIONES RELEVANTES

Servicios complementarios (baños, aire/agua)

Formas de pago

Atención 24 horas

Lubricantes y aditivos

Mini market

Garaje

4. De acuerdo a la atención recibida de los despachadores en la estación de servicios El Terminal, indique en que aspectos fallan: SELECCIONES DOS OPCIONES RELEVANTES

Honradez
Lentitud
Falta de educación
Amabilidad

5. ¿Al presentar sus quejas o reclamos han sido resueltos? SOLO UNA SELECCION

No he tenido quejas o reclamos
Siempre
Algunas veces
Nunca

6. ¿Qué aspectos intervinieron en usted para preferir la estación de servicios El Terminal? SOLO DOS SELECCIONES

Calidad del producto
Calidad del servicio
Confianza
Seguridad
Ubicación
Horario de atención

Gracias por su colaboración

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Encuesta aplicada a los Clientes internos de la estación de servicios El Terminal de la ciudad de Latacunga.

Datos informativos:

Fecha:

Encuestador: Julio Terán

Objetivo: Conocer la percepción del cliente interno sobre su lugar de trabajo y el comportamiento con el cliente externo en la estación de servicios El Terminal.

LEA DETENIDAMENTE LAS PREGUNTAS Y SELECCIONE SEGÚN SE INDICA

1.- ¿Señale su nivel formación educativa?

Primaria

Secundaria

Superior

2. ¿Se siente motivado en su lugar de trabajo?

Sí

No

3.- ¿Elija dos de las opciones siguientes que considere que le afecta para brindar un buen servicio al cliente?

Clima laboral

Horario de trabajo

Equipamiento e instalaciones de la estación de servicios

Inconformidad con el sueldo

Clientes difíciles de manejar

Falta de capacitación

4.- ¿Cómo es su actitud generalmente con los clientes? Solo una opción

Simpático y educado

Desinteresado y apático

Servicial

Desganado

Gracias por su colaboración

Guía entrevista

1. ¿Desde el punto de vista administrativo, cuales son las acciones que toma en cuenta con respecto a la calidad del servicio que brinda a sus clientes?
2. ¿Cuenta con capacitación continua en base a la atención al cliente?
3. ¿Qué tácticas aplica para conservar al cliente frecuente y atraer a nuevos?
4. De acuerdo a su experticia, ¿Cuál es el tiempo en promedio en el cual se atiende a un cliente?
5. ¿Qué mecanismo de control utiliza para el manejo de ventas y facturación?
6. ¿Cuáles son las quejas o problemas más frecuentes en el proceso de atención al cliente?
7. ¿Cómo da solución a estas quejas o problemas y en qué tiempo?
8. ¿Cree que la tecnología es un factor determinante en el control interno de su empresa?

Tabla No.25: Clientes con crédito de la Estación de servicios El Terminal

Banco del Austro
Brazales Yolanda
Empresa Publica Correos del Ecuador
Clínica Continental
Construcciones Ulloa
Ferretería Los Nevados
Ashqui Andino Jorge Aquilino
Gómez Grandes Gladys
Fuentes San Felipe
Guamani Diego
Hacienda Santa Isabel
Hotel Llactacunga
Mega Agro Store Center S.A
Mamut Andino
Tigse Guillermo
Induacero
Sandoval Germanico
Rectificadora Quito
Valencia y valencia CIA. LTDA
Veloz Malabe Hugo
Mamut Andino
Concerro Azul
Cooperativa Nuevo País

Fuente: Investigación, entrevista

Autor: Julio César Terán Enríquez

Tabla No. 26: Marco muestral cliente externo

Semana	Clientes facturados
1	4.962
2	4.276
3	4.426
4	4.353
Total mes	18.017
Total semana	4.504,25

Fuente: Investigación, base de datos de la empresa.

Autor: Julio César Terán Enríquez

Fotografías del establecimiento



Gráfico No. 42: Logotipo

Fuente: Estación de Servicios el Terminal

Autor: Julio César Terán Enríquez



Gráfico No. 43: Estación de Servicios el Terminal (Noche)

Fuente: Estación de Servicios el Terminal

Autor: Julio César Terán Enríquez



Gráfico No. 44: Estación de Servicios el Terminal (Día)
Fuente: Estación de Servicios el Terminal
Autor: Julio César Terán Enríquez



Gráfico No. 45: Colaboradores de la estación de Servicios el Terminal
Fuente: Estación de Servicios el Terminal
Autor: Julio César Terán Enríquez