



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERAPRUEBA  
PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN  
COMERCIO**

**TEMA:**

**PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CARLITOS CELL EN LA  
PARROQUIA LA UNIÓN CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2022**

**ESTUDIANTE:**

**NITO ALFONSO PAZMIÑO MORALES**

**TUTOR:**

**ING. JOSE MARÍA NIVELA ICAZA, Ph. D.**

**AÑO 2023**

## Contenido

Planteamiento Del Problema.....	3
Justificación .....	5
Objetivos Del Estudio:.....	6
Líneas De Investigación.....	7
Marco Conceptual.....	8
Descripción Del Estudio De Caso.....	12
Marco Metodológico.....	17
Métodos Y Técnicas De La Investigación .....	18
Resultados .....	21
Discusión De Resultados .....	23
Conclusión .....	25
Recomendación.....	26
Referencias.....	27
Anexos .....	28

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Dentro de la provincia de los Ríos cada vez son más las empresas de teléfono celular que tienen mayor aceptación por sus habitantes, ya que cada día se hace necesario obtener un teléfono para poder comunicarse.

Para fines del estudio de la empresa Carlitos Cell, ubicada en la parroquia La Unión, Av. Abdón calderón y 9 de octubre, es una pequeña empresa que brinda la venta de celulares, servicio técnico y accesorios a fin de llegar a la perspectiva de los clientes. El local fue fundado hace 5 años, la noción de fundar la tienda nace del señor Carlos Céspedes por sus padres que son comerciantes y de profesión técnicos en reparación de electrodomésticos, por este motivo se crea el establecimiento con la finalidad de brindar estos servicios a los clientes.

En la Parroquia la Unión perteneciente al Cantón Babahoyo Provincia de los Ríos existen dos locales de venta de celular por lo que es necesario mejorar el servicio ya que las personas que viven en esta Parroquia antes mencionada para poder obtener un equipo celular tienen que viajar a la Ciudades más grande de la Provincia.

El principal problema que se presenta en la empresa es la falta de personal y capacitación del mismo, ya en muchas ocasiones los clientes no obtienen la información necesaria de un equipo celular lo cual provoca el déficit en ventas debido a que los clientes no se sienten satisfechos con lo ofrecido.

La empresa de celulares CARLITOS CELL se encuentra actualmente en un proceso de expansión en el mercado, donde busca tener aceptación con un mayor porcentaje para aumentar su venta, al no ser conocida no ha podido captar mayor cantidad de clientes; además la Parroquia la Unión se caracteriza por su gran crecimiento comercial lo que genera mayor necesidad y demanda de los productos y servicios de telefonía celular.

Otros de los problemas encontrados en la empresa Carlitos Cell es que la empresa no lleva un control adecuado de la contabilidad del negocio, dado a que es una empresa familiar y el propietario solo lleva un registro de sus ingresos dejando a un lado lo invertido.

## JUSTIFICACIÓN

Con el pasar de los tiempos la evolución tecnológica a través del uso de teléfono celular, cada vez va modernizándose, la cual suele alterar la manera en que los seres humanos realizan sus actividades cotidianas, para efectos del presente estudio, se analizarán las incidencias de la tecnología celular, particularmente en la manera en la que los habitantes de la Parroquia la Unión de la ciudad de Babahoyo se intercomunican utilizando canales de comunicación masivos basados en el teléfono móvil, por lo cual a través de este medio hacen el uso de las redes sociales, y la potencial utilidad de este elemento, como herramienta en la estructuración de estrategias competitivas, promocionales y comunicacionales.

Para este proyecto utilizaremos algunos pasos estadísticos vistos en el proceso de la carrera de administración que nos ayudara a determinar si la ganancia se mantiene relativamente estable, bajas o si existe pérdidas.

Por tal motivo se va a desarrollar un plan estratégico tomando como base los datos obtenidos mediante facturas, notas de venta y gastos con la finalidad de mejorar su imagen corporativa, para aumentar la participación en el mercado.

Se diseñará un plan estratégico, el cual ayudará a la empresa Carlitos Cell, no solo a mantener su posición en el mercado sino también, principalmente a ser reconocida y a mejorar sus ventas de una forma eficiente y eficaz.

Identificando la situación actual de la competencia que es lo primordial, para conocer las Oportunidades, Fortalezas, Amenazas y Debilidades que posee la empresa, lo cual ayudara para plantear estrategias acordes con lo objetivo organizacionales, maximizando el capital invertido y originando una mayor estabilidad en el mercado.

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO:**

### **Objetivo general.**

Elaborar un plan estratégico mediante un estudio de mercado para la empresa Carlitos Cell de la Parroquia la Unión, que permitirá se mejore las ventas de celulares y sus componentes en el periodo 2023

### **Objetivos Específicos.**

- Realizar un diagnóstico del ambiente externo de la empresa CARLITOS CELL con el fin que se identifique las Oportunidades y Amenazas.
- Diseñar estrategias acordes con los objetivos organizacionales con el fin que se mejore el desempeño y aumento competitivo de la empresa CARLITOS CELL.
- Captar un alto porcentaje de nuevos clientes en la empresa, durante el primer semestre de aplicar las estrategias.

## **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar este caso de estudio se utilizó la línea de investigación, que se relaciona con la Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría, control y la sublínea de investigación Marketing y Comercialización, debido a que el estudio se realiza, en un comercial dedicado a la compra y venta de equipos y accesorios móviles, con el fin de obtener utilidades.

## **MARCO CONCEPTUAL**

(Christ, 2018) Define la planificación estratégica desde un punto de vista sobre las actividades que se realiza dentro de la empresa, ella ayuda a estar alerta sobre los riesgos que pueden ocurrir y direcciona hacia los objetivos que se ha planteado para el futuro de la empresa.

Constituye un elemento clave de la administración, incluye la selección de misión, objetivos y acciones para cumplirlos, requiere de tomar decisiones; es decir, seleccionar estrategias las cuales mejoren la situación de la empresa. Existen muchos tipos de planes como: propósito, misión, objetivos, metas, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

### **Proceso del plan estratégico.**

(González javier, Rodríguez Miryam, 2019) Según estos autores nos dicen que para iniciar un proceso del Plan Estratégico se debe tener claro en que consiste. Algunos autores las definen como un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr esas metas, y desarrollar planes detallados para asegurar la implantación de estrategias y así obtener los fines buscados.

También es un proceso para definir qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacer, cuándo ejecutarla, cómo debe realizarse y qué se hacer con los resultados. La planeación estratégica es sistemática en el sentido que es organizada y conducida con base a una realidad entendida.

### **Ventajas del plan estratégico**

El plan estratégico ofrece puntos importantes para las actividades de la organización:

## **Ventajas**

- Ayuda a prever problemas antes de que estos surjan y afrontarlos antes de que se agraven.
- Ayuda a los gerentes a reconocer las oportunidades seguras y riesgosas y a elegir entre ellas.

## **Estudio de mercado.**

### **Análisis del mercado.**

Con el presente análisis nos ayudara a identificar las razones que determinan la existencia de muchos o pocos competidores en el mercado donde se encuentra la empresa Carlitos Cell, así como las tendencias a reducir o aumentar sus productos en el mercado en telefonía celular.

Las operadoras de telefonía móvil del país reportaron a la superintendencia de telecomunicaciones un total de doce millones de líneas activas en la operadora claro y con ocho millones de usuarios le sigue movistar y el resto de los porcentajes le siguen las otras operadoras. (Rodrigo H, 2020)

### **La demanda**

Prever la demanda es el eje esencial del proyecto, porque a partir de ella se demuestra la factibilidad del mercado, es decir, si es lo suficientemente grande para soportar negocio, una vez que se haya valorado la industria, la demanda se puede calcular en tres momentos, la demanda histórica, la demanda actual, y la demanda futura. (Fajardo, 2018)

Se convierte en oportunidad ya que cuando se habla de la telefonía celular se ha vuelto indispensable al momento de comunicarse en el ámbito local como nacional, creando así una oportunidad de mercado ya que la demanda es creciente en la población, y que como

la tecnología celular siempre está a la vanguardia, esta se va mejorando frecuentemente y abre su oportunidad en el mercado.

## **La oferta**

(Montero Moreno, 2018) Manifiesta que la oferta representa a los bienes y servicios que están listos a elaborar y facilitar los fabricantes y prestadores de servicios a cambio de una fija cantidad de dinero o precio, es decir la intervención de la oferta y demanda permite determinar el costo del mercado tanto el ofrecimiento como la petición se pueden representar gráficamente y en el punto de intersección entre las curvas representadas se obtiene el precio.

## **Precios del producto**

Se denomina precio al importante valor asignado por la obtención de bienes o servicios, la determinación del precio de los productos y servicios que comercializan las empresas depende de muchas variables constituye una de las tareas importantes dentro del proceso comercial, ya que la existencia competencia hace que el costo sea uno de los factores importantes o el único por lo que las empresas deben tener conocimientos exactos de los coste en los que incurren, ya que estos son la base para el cálculo del precio al que saldrán al mercado y por tanto, serán más o menos competitivo. (Ayensa Esparza , 2017)

El precio es importante dentro de la empresa porque determina la rentabilidad y define el nivel de ingreso. Siendo así la expresión monetaria pagada por un bien o servicio. El mismo se lo fija en la relación a la competencia y la demanda que tenga el producto, también se toma en cuenta las condiciones de las personas que intervienen en la distribución del producto.

## **Comercialización**

(Ayensa Esparza , 2017) Considera que la comercialización es uno de los objetivos más habituales en cualquier tipo de empresas es estar vigente en el mercado y de esta forma lograr el valor añadido que esperan alcanzar a través de la red comercial. No hay posibilidad de obtener ganancias sin comercializar los productos o servicios que las empresas ofrecen a los clientes a su vez constituyen los principales objetivos en las empresas concernientes a los aspectos comerciales.

Sería algo ilógico adicionar un valor por el servicio adicional que se pretende dar debido a que los clientes no van a querer pagar, perderíamos clientes. Al contrario, con esto se quiere promocionar Carlitos Cell y que los clientes perciban que no hay una baja en los descuentos por percibir un servicio de calidad.

Las personas que realicen compras vía telefónica tendrán un incentivo ya sea obsequios o acceso a promociones, esto será incentivo para que los clientes se acostumbren a realizar sus compras por medio de Carlitos Cell. De ahí adelante solo dependerá del servicio que se brinde ya que los clientes, perciban que no hay una baja en los descuentos por percibir un servicio de calidad.

## **Tipo de información**

### **Fuentes primarias**

Para la investigación de mercados, se realizará una investigación primaria que comprende los siguientes aspectos:

- Encuestas a usuarios.

## **Fuentes secundarias**

Se utilizará varias fuentes de información, de preferencias organismos empresariales y gubernamentales, que contienen información confiable y actual.

## **DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE CASO**

El presente estudio se enfoca en desarrollar un plan estratégico para mejorar las ventas de la empresa Carlitos Cell a través de publicidad en el año 2022, la modalidad empleada durante el desarrollo del presente trabajo se basará en la utilización de diferentes métodos, además será necesario recurrir a la utilización de técnicas como a la observación, la encuesta aplicada a los trabajadores y a los clientes de la empresa, Durante el proceso de elaboración DE PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA CARLITOS CELL, se realizará un análisis de los factores sociales, económicos, políticos, tecnológicos, y competitivos del entorno, de todo este análisis se obtendrá información clara acerca de las principales oportunidades y amenazas de la empresa.

Se realizará el análisis de factores internos de la empresa, para lo cual se aplicará una entrevista al propietario; así mismo encuestas a una muestra de clientes externos, como resultado de la realización del estudio de campo se espera:

- Captar mayor número de clientes y aumentar las ventas de los servicios de la empresa CARLITOS CELL.
- Mejorar los conocimientos destrezas y cualidades de la empresa CARLITOS CELL.
- Incrementar el número de clientes, mediante la publicidad sobre los servicios y producto que ofrece la empresa.

Mejorar el rendimiento de cada uno de los empleados de la empresa. Posteriormente se elaborará una propuesta de Plan Estratégico para la empresa

Cada punto del plan estratégico tiene una o varias alternativas que contribuyen con el logro del objetivo planteado, a su vez se determinan pasos que desarrollan las acciones necesarias para que Carlitos Cell dé a conocer sus productos y servicios en el mercado de la Parroquia la Unión, se creó visión y misión de la empresa, ya que no cuenta con aquellas.

### **Estrategia para la implementación de servicio técnico**

la finalidad es de ayudar y controlar el servicio técnico y debido que la competencia del sector ante mencionado no cuenta con este servicio Carlitos Cell busca satisfacer la necesidad del cliente implementando esta estrategia que se detallan a continuación:

- Dar soluciones de mantenimiento y reparación de teléfonos móviles.
- Integrar la consulta de los servicios de la empresa por medio de una página web.
- Integrar los talleres para obtener soluciones para reducir los tiempos de reparación técnica y atención de los clientes

### **Estrategia de promoción**

Se realiza con el fin de incentivar al cliente con la positiva aceptación del producto o servicio, la misma que se realizará por medio de estrategias tales como:

- Mejorar la publicidad interna sobre los nuevos productos y servicios
- Iniciar política sobre la activación de servicio de formal promocional.
- Contactar al cliente de una manera llamativa y personal para que brindarles mayor seguridad en sus compras.

### **Estrategia de servicio Post venta.**

La empresa Carlitos Cell aplicó estas estrategias con el objetivo de hacer seguimiento al cliente que adquieran el producto para así tener una cartera de clientes.

- Después de la venta del producto o servicio contactar nuevamente al cliente para saber si está satisfecho con lo adquirido.

### **Estrategias de publicidad para mejorar las ventas.**

Para dar a conocer los servicios y productos de Carlitos Cell es importante aplicar estrategias que permitan llegar al consumidor, por medios de mecanismo necesarios para que el producto logre posesionarse en el mercado y especialmente sea preferido por los habitantes de la Parroquia la Unión y sus lugares cercanos.

#### **Prensa**

Diario “El Río” del Cantón Babahoyo: Es un diario que circula en la parroquia la Unión y es difundido en toda la provincia de los Ríos,

#### **Cuña Radial**

Radio Fluminense: Su cobertura es en toda la provincia de Los Ríos, su frecuencia es 101.5 FM. Estéreo

#### **Hoja -volante**

La EMPRESA CARLITOS CELL de la Parroquia La Unión Cantón Babahoyo, imprimirá 1.000 hojas volantes para ser repartidas en toda la ciudadanía, para llegar a mayor cantidad de personas que pueden ser futuros usuarios de la empresa.

#### **Objetivo de la estrategia de publicidad.**

Incrementar clientes, mediante la publicidad ampliamente los productos y servicios que ofrece la empresa.

#### **Meta**

Utilizando la estrategia de publicidad se aumentará la venta de productos y servicios, mediante la eficiencia del proceso de venta de celulares y accesorios, además de la producción de servicios, de acuerdo con las expectativas de los clientes.

**Responsable:**

Administrador

**Resultados**

Los resultados esperados es que los habitantes de la Parroquia la Unión se informen de la empresa ante mencionada por medio publicitarios, lo cual contribuyan al mejoramiento y el rendimiento económico de la empresa.

**ANÁLISIS FODA**

Es una herramienta que ayuda con un análisis de la situación actual de la empresa, no permite de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes a los objetivos y políticas planteadas.

**Fortalezas**

- Experiencias y conocimientos del mercado
- Se cuenta con base de datos de clientes potenciales
- Existen múltiples centros distribución de equipos y servicios
- No existe competencia con sistema de facturación para este nicho de mercado
- Relación apropiada con los clientes.
- Precios competitivos.

**Oportunidades**

- Crecimiento sostenido de las ventas de servicio telefónico celular.
- Crecimiento de las actividades de comercialización en el segmento.
- Uso de tecnología de la información y comunicación.
- Nuevos nichos de mercado por explotar con las tecnologías.
- Incentivos al del cliente por parte de la empresa.
- Incremento de la población.

## **Debilidades**

- Insuficientes recursos para inversión.
- Ausencia de planes de mercadeo.
- Falta de posicionamiento en el mercado.
- Deficiencia en el factor tecnológico.
- No se cuenta con planes de contingencia
- Baja participación en el mercado.

## **Amenazas**

- La competencia existente en el sector
- Entrada de nuevos competidores.
- Cambios en la política gubernamental
- Crisis económica local y mundial.
- Delincuencia e inseguridad.

# MARCO METODOLÓGICO

## **Metodología de la investigación**

La investigación que se utilizó es de tipo documental, mediante el estudio tipográfico realizado, determinamos una serie de variables donde analizaremos algunos temas como son, análisis del entorno, competitivo, análisis interno de la empresa y sector donde se comercializan los celulares, la relación costo, volumen, utilidad, análisis de la situación financiera.

## **Investigación Descriptiva.**

Este tipo de investigación permitió describir la realidad en la que se encuentra la empresa de celulares Carlitos Cell de la Parroquia la Unión, permitiendo establecer cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas.

## **Investigación de Campo**

Se utilizó este tipo de investigación formulando encuesta para comprobar la hipótesis formulada, estableciendo si les gustaría a los clientes de la empresa Carlitos Cell, busque nuevas estrategias para mejorar las ventas de celulares.

## **La investigación bibliográfica o documental**

Se utilizó esta investigación porque consultamos libros, revistas, internet que haga referencia a temas administrativo, recursos humanos, financiero, publicidad, entre otros teniendo como objetivo realizar un estudio financiero que determine la rentabilidad de las comercializadoras, posibles estrategias comercial, teniendo en cuenta la creación adecuada de un organigrama, creación de vacantes y trabajo para sus creaciones.

## **Enfoque de la investigación**

### **La metodología cuantitativa.**

Se utilizó esta metodología de la investigación porque se trabajó con datos de muestra de población comercial de la Parroquia la Unión para realizar encuestas y dar a conocer los niveles de aceptación y pruebas necesarias para determinar el proyecto, creando estrategias para mejorar los diferentes problemas que existen en el proceso de comercialización de ventas de celulares para aprovechar los resultados y mejorar

### **Metodología Cualitativa.**

Está variable ayudo en el proceso de investigación porque a través de ella se puede conocer, y expresar una cualidad de un hecho, es decir que se la aplico para confirmar una problemática existente en la empresa Carlitos Cell.

## **MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Métodos**

Para la determinación del presente trabajo investigativo se trabajó con los siguientes métodos

#### **Método Analítico.**

Se utilizó este método para conocer completamente los problemas por los que atraviesa la empresa Carlitos Cell y analizar cada uno de ellos, permitiendo de esta manera obtener información concreta, clara y precisa.

#### **Método Deductivo.**

Este método ayudo para realizar el análisis de conocimientos generales sobre la planeación estratégicas, como también la realización de conclusiones aplicadas en el desarrollo del presente trabajo

## **Técnicas e instrumentos de la investigación.**

### **Encuesta**

Se utilizó la encuesta como técnica de investigación, la cual se la realizo en el la parroquia la unión, para recopilar información mediante una serie de preguntas y conocer la situación actual que se encuentra la empresa CARLITOS CELL.

### **Población y muestra de la investigación**

La investigación se va a realizar en la Parroquia la Unión, su población está constituida por 12.697 habitantes según datos del INEC.

### **Delimitación de la población.**

Los datos del número de población fueron obtenidos del INEC del último censo realizado en el país, la población es finita.

### **Tipo de muestra**

El tipo de muestra a utilizarse es de tipo no probabilística, porque los datos obtenidos de la investigación se van a generar en base al criterio propio del investigador.

### **Tamaño de muestra y Definición de la población**

Se tomará como muestra una pequeña cantidad tomada del total de habitantes de la Parroquia la unión que actualmente viven el sector, detallada con la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$

*Ecuación 1 formula para el tamaño de muestra*

### Determinación de la muestra

n =??

z = 1.96

p = 0.50

q = 0.50

e = 0.06

N = 12.696

n: número total de posibles encuestados

**Z:** es una constante que depende del nivel de confianza

**p=q=0.5** que es la opción más segura.

**N:** tamaño de la muestra

**e** = Límite aceptable de error muestral

### Reemplazando la formula

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 12.696}{0.6^2 (12.696 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{12193.2384}{45.702 + 0.9604}$$

$$n = \frac{12193.2384}{46.6624}$$

$$n = 261$$

*Ecuación 2 reemplazando formula*

De acuerdo con el cálculo determinado, el tamaño de la muestra es de 261 personas considerados como población para realizar las encuestas correspondientes.

## RESULTADOS

### ANÁLISIS DE LOS DATOS.

Se muestra a continuación el análisis de la información recolectada es de 261 personas de la Parroquia La Unión del Cantón Babahoyo de la Provincia de los Ríos,

**¿Cree usted que la empresa Carlitos Cell necesita incrementar variedad de productos y servicios para mejorar las ventas?**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	188	72%
No	73	28%
Total	261	100

Tabla 1: frecuencia

**¿Considera usted importante elegir nuevas estrategias de ventas para aumentar la comercialización de los teléfonos celulares en la empresa Carlitos Cell?**

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	150	58%
Indiferente	30	11 %
Muy de acuerdo	50	19%
En desacuerdo	31	12%
Total	261	100%

Tabla 2: frecuencia

**¿Cree usted conveniente que la empresa Carlitos Cell realice campañas publicitarias para dar a conocer su ubicación y promociones del producto y servicio que ofrecen?**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ideal	86	33%
Muy de acuerdo	152	58%
En desacuerdo	23	9%
Total	261	100%

Tabla 3:frecuencia

**¿Le gustaría que la empresa Carlitos Cell integre el servicio de reparación de teléfono aparte de la garantía del mismo?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	188	72%
No	73	28%
Total	261	100%

*Tabla 4: frecuencia*

**¿Por qué otros canales de distribución se le harían fáciles adquirir productos de la empresa Carlitos Cell?**

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entrega a domicilio	195	75%
Pedidos por internet	66	25 %
Total	261	100%

*Tabla 5: frecuencia*

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

**¿Cree usted que la empresa Carlitos Cell necesita incrementar variedad de productos y servicios para mejorar las ventas?**

De las 261 encuestas realizadas a los clientes de la empresa CARLITOS CELL, el 72% dicen que si se deben incrementar variedades de productos y servicios mientras que para un 28% no les parece necesario incrementar productos de variedad.

Por lo tanto, esta pregunta nos da como resultado, que, si es importante incrementar variedades de productos y servicios en la empresa Carlitos Cell, lo cual ayudará al desarrollo y mejoramiento de la misma permitiendo satisfacer las necesidades del consumidor ya que en muchas ocasiones los clientes no encuentran el producto o el servicio que desean.

**¿Considera usted importante elegir nuevas estrategias de ventas para aumentar la comercialización de los teléfonos celulares en la empresa Carlitos Cell?**

El 58% contestaron estar de acuerdo, el 11% le es indiferente, mientras que un 19% muy de acuerdo, 11% en desacuerdo: lo cual si es necesario elegir nuevas estrategias que dispongan flexibilidad al aplicarlas con el principal objetivo de mejorar las ventas en la comercialización de teléfonos celulares de la empresa.

**¿Cree usted conveniente que la empresa Carlitos Cell realice campañas publicitarias para dar a conocer su ubicación y promociones del producto y servicio que ofrecen?**

De acuerdo con los resultados obtenidos se concluye que el 33% considera ideal esta estrategia, mientras el 58% está muy acuerdo dejando una diferencia del 9% en desacuerdo lo que nos permite implantar este proyecto y ayudara a ser reconocido a nivel local y cantonal.

**¿Le gustaría que la empresa Carlitos Cell integre el servicio de reparación de teléfono aparte de la garantía del mismo?**

El 72% de los encuestados respondieron que si les gustaría integrar el servicio de reparación en los equipos móviles como garantía del mismo y un 28% dicen que no

Por lo tanto, la implementación de servicio técnico en los teléfonos móviles como parte de garantía del mismo si es necesario para los clientes de la empresa Carlitos Cell.

**¿Por qué otros canales de distribución se le harían fáciles adquirir productos de la empresa Carlitos Cell?**

En cuanto a los canales de distribución el 59% manifiestan que, si le gustaría recibir entregas a domicilio y el 41% prefiere pedidos por internet, lo cual es un resultado óptimo para la implantación de esta estrategia. Que no solo serviría para incrementar las ventas, sino también tener mayor compromiso y confiabilidad con los clientes.

## CONCLUSIÓN

Mediante el estudio realizado a la empresa Carlitos Cell dedicada a la distribución de productos y servicios de telefonía celular, autorizado por movistar y claro (telefónica-ecuador) se determinó las posibles oportunidades en el mercado de la parroquia la unión que le permitirá mejorar el rendimiento de las ventas y a la vez ser reconocida.

Por medio del análisis de la situación interna se pudo conocer la historia y antecedentes de la empresa, el desempeño de los empleados que laboran en ella, y la situación externa de la empresa se pudo afirmar que la empresa Carlitos Cell no cuenta con estrategias de publicidad, servicios técnicos y promoción para mejorar el desempeño y aumento competitivo de la misma.

Se procedió a formular las estrategias empleando la matriz FODA, las estrategias formuladas, para determinar cuál estrategia se adaptaba mejor a cada uno de ellos y luego de ser identificadas para el logro de objetivos se procede a la elaboración de planes de acción para su desarrollo, cumplimiento y control.

## **RECOMENDACIÓN**

Se recomienda a la empresa Carlitos Cell implementar el plan estratégico propuesto, con el fin de fomentar un compromiso con los empleados de la empresa y de esa forma obtener resultados óptimos en la actividad comercial de la misma para mantener una estructura administrativa correcta y contar con personal debidamente capacitados en las tareas asignadas, ya que es un factor muy importante al momento de brindar un producto o servicio

Luego de haber implementado el plan estratégico propuesto, se recomienda mantener una evaluación y control constante, ya que, por muchos motivos como la competencia, se requiere de retroalimentación e innovación en las estrategias planteadas, para lograr de manera eficiente y eficaz el beneficio de la empresa en su totalidad.

Por no tener un registro o archivos detallados de egresos e ingresos, se recomienda a la empresa Carlitos Cell, llevar la contabilidad de las actividades que realiza, con el fin de obtener información confiable oportuna y exacta, sobre el estado financiero en el que se encuentra, ya que el no llevar registros contables se convierte en un problema para obtener un resultado preciso en las estrategias implementadas.

## Referencias

- Ayensa Esparza , Á. M. (2017). *Operaciones administrativas* . España : Paraninfo S.A.
- Christ, K. (2018). *La importancia de la planificación estratégica para las pequeñas y medianas*.  
Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13128543/importancia-de-la-planificacion-estrategica-en-las-empresas>
- Fajardo, C. (2 de Oct de 2018). *Seminario internacional de administración de empresas - Megatendencias siglo XXI*. Obtenido de  
[https://www.academia.edu/37643229/M%C3%A9todo\\_simplificado\\_para\\_calcular\\_la\\_demanda](https://www.academia.edu/37643229/M%C3%A9todo_simplificado_para_calcular_la_demanda)
- González javier, Rodríguez Miryam. (2019). *Manual practico de planeacion estrategica*.  
España: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de  
<https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf>
- Montero Moreno, C. (2018). *Enfoque práctico de las finanzas Bursátiles* . Mexico: ISEF .
- Rodrigo H, M. (4 de junio de 2020). <https://rodrigoHm.com/estadisticas-y-datos-del-uso-del-celular>. Obtenido de <https://rodrigoHm.com/estadisticas-y-datos-del-uso-del-celular>:  
<https://rodrigoHm.com>

## ANEXOS



*Ilustración 1 empresa Carlitos cell*



*Ilustración 2 entrevista al Propietario*



Ilustración 4 hoja volante



Ilustración 3 página de Facebook

Ven a **Carlitos Cell** disfruta de  
 Los mejores precios y promociones de Celulares y accesorios  
 en el mercado.

Te ofrecemos: teléfonos de todas las marcas  
 y modelos, Planes de voz , internet, módems,  
 Tablets, accesorios, además brindamos  
**SERVICIO TECNICO ESPECIALIZADO**

Visítanos: Parroquia La Unión Cantón Babahoyo



Ilustración 5 cuña radial

**Carlitos Cell**

**Los mejores precios y promociones de Celulares  
 y accesorios a tu alcance.**

Te ofrecemos: teléfonos de todas las marcas  
 y modelos, Planes de voz, internet, módems,  
 Tablets, accesorios, además brindamos  
**SERVICIO TECNICO ESPECIALIZADO**

Visítanos: Parroquia La Unión Cantón Babahoyo.  
 Av. Abdón calderón y 9 de octubre



Ilustración 6 publicidad en prensa

## Encuestas realizadas a los clientes de la empresa Carlitos Cell de la parroquia la unión del cantón Babahoyo provincia de los ríos.

### 1. ¿Cree usted que la empresa Carlitos Cell necesita incrementar variedad de productos y servicios para mejorar las ventas?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	188	72%
No	73	28%
Total	261	100

Tabla 6: frecuencia

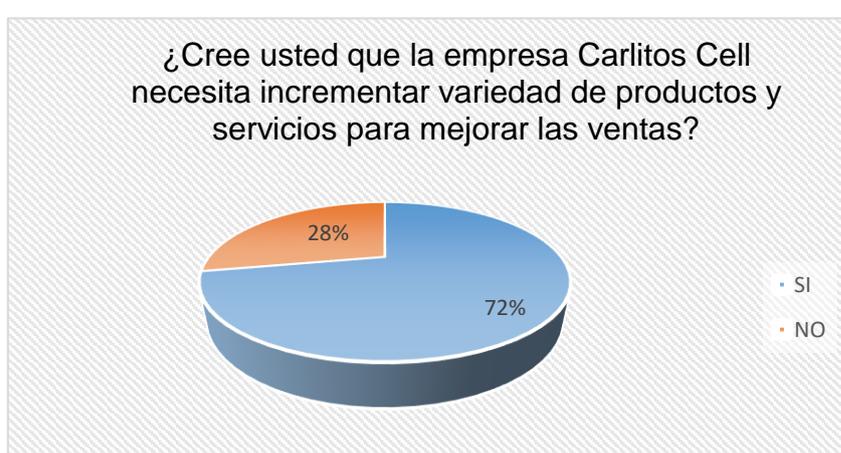


Ilustración 7

### Interpretación de resultados.

De las 261 encuestas realizadas a los clientes de la empresa CARLITOS CELL, el 72% dicen que si se deben incrementar variedades de productos y servicios mientras que para un 28% no les parece necesario incrementar productos de variedad.

**Conclusión:** Por lo tanto, esta pregunta nos da como resultado, que si es importante incrementar variedades de productos y servicios en la empresa Carlitos Cell.

## 2. ¿Considera usted importante elegir nuevas estrategias de ventas para aumentar la comercialización de los teléfonos celulares en la empresa Carlitos Cell?

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	150	58%
Indiferente	30	11 %
Muy de acuerdo	50	19%
En desacuerdo	31	12%
Total	261	100%

Tabla 7: frecuencia



Ilustración 8

### Interpretación de resultados

El 58% contestaron estar de acuerdo, el 11% le es indiferente, mientras que un 19% muy de acuerdo, 11% en desacuerdo:

**Conclusión:** Por lo tanto, si es necesario elegir nuevas estrategias para mejorar las ventas en la comercialización de teléfonos celulares de la empresa.

### 3. ¿Como usted califica los servicios de la empresa Carlitos Cell?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Buenos	170	65 %
Normales	50	19%
Malos	41	16%
Total	261	100%

Tabla 8:frecuencia

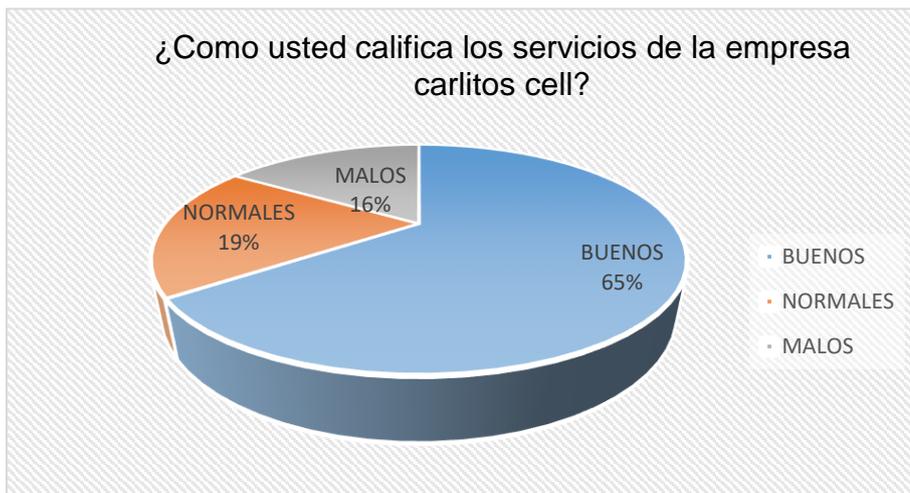


Ilustración 9

#### Interpretación de resultados.

El 65% opinaron que es bueno el servicio el 19% le parece normales y 16% malos.

**Conclusión:** De acuerdo con los datos obtenidos la mayoría de los clientes manifiestan que los servicios de la empresa son buenos.

#### 4. ¿Recomendaría usted a otras personas los productos y servicios de la empresa Carlitos Cell?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	54%
No	121	46%
Total	261	100%

Tabla 9:frecuencia

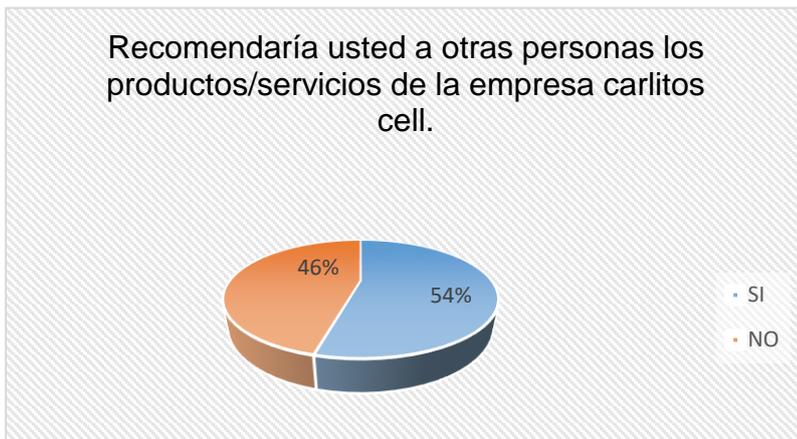


Ilustración 10

#### Interpretación de resultados.

De las 261 encuestas realizadas a los clientes de la empresa, el 54% dicen que, si recomendarían los servicios de la empresa a otras personas, 46% dicen no.

**Conclusión:** Los clientes de la empresa Carlitos Cell determinaron en que si recomendarían los servicios y productos a otras personas para que compren los equipos móviles.

**5. ¿Le gustaría que la empresa Carlitos Cell integre el servicio de reparación de teléfono aparte de la garantía del mismo?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	188	72%
No	73	28%
Total	261	100%

Tabla 10: frecuencia

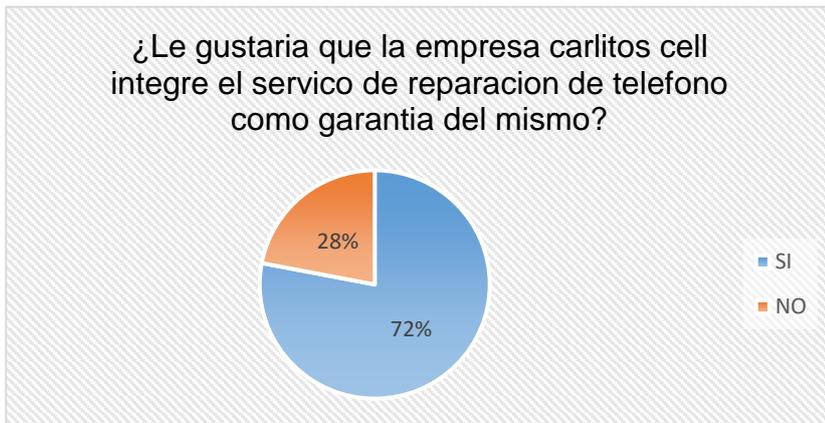


Ilustración 11

**Interpretación de resultados.**

El 72% de los encuestados respondieron que si les gustaría integrar el servicio de reparación en los equipos móviles como garantía del mismo y un 28% dicen que no

**Conclusión:** Por lo tanto, la implementación de servicio técnico en los teléfonos móviles como parte de garantía del mismo si es necesario para los clientes de la empresa Carlitos Cell.

**6. ¿Cree usted importante que la empresa Carlitos Cell implemente promociones en la venta de productos y servicios para aumentar los números de clientes?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	245	93%
No	16	7 %
Total	261	100%

Tabla 11: frecuencia



Ilustración 12

**Interpretación de resultados**

El 93% respondieron que sí, el 7% dicen que no.

**Conclusión:** Los clientes de la empresa Carlitos Cell consideran importante que implemente promociones para aumentar las ventas en la comercialización del mismo.

## 7. ¿Por qué otros canales de distribución se le harían fáciles adquirir productos de la empresa Carlitos Cell?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entrega a domicilio	195	75%
Pedidos por internet	66	25 %
Total	261	100%

Tabla 12: frecuencia

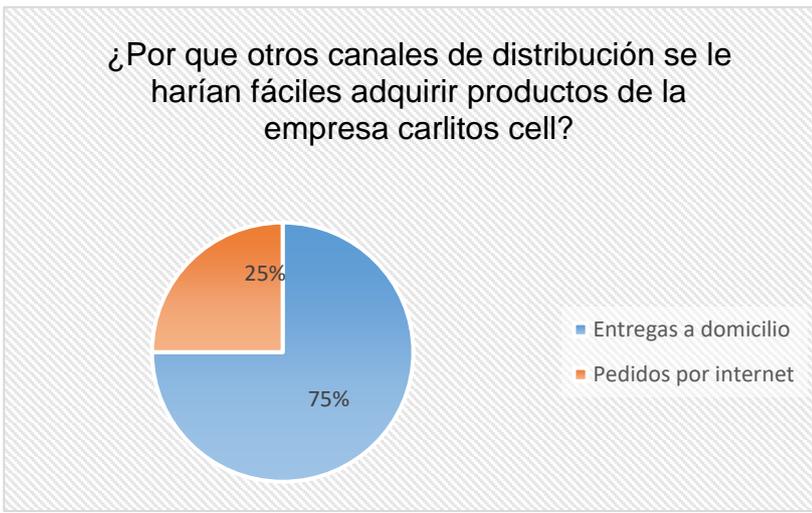


Ilustración 13

### Análisis e interpretación

En cuanto a los canales de distribución el 75% manifiestan que, si le gustaría recibir entregas a domicilio y el 25% prefiere pedidos por internet, lo cual es un resultado óptimo para la implantación de esta estrategia. Que no solo serviría para incrementar las ventas, sino también tener mayor compromiso y confiabilidad con los clientes.

**8. ¿Cree usted conveniente que la empresa Carlitos Cell realice campañas publicitarias para dar a conocer su ubicación y promociones del producto y servicio que ofrecen?**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ideal	86	33%
Muy de acuerdo	152	58%
En desacuerdo	23	9%
Total	261	100%

Tabla 13:frecuencia

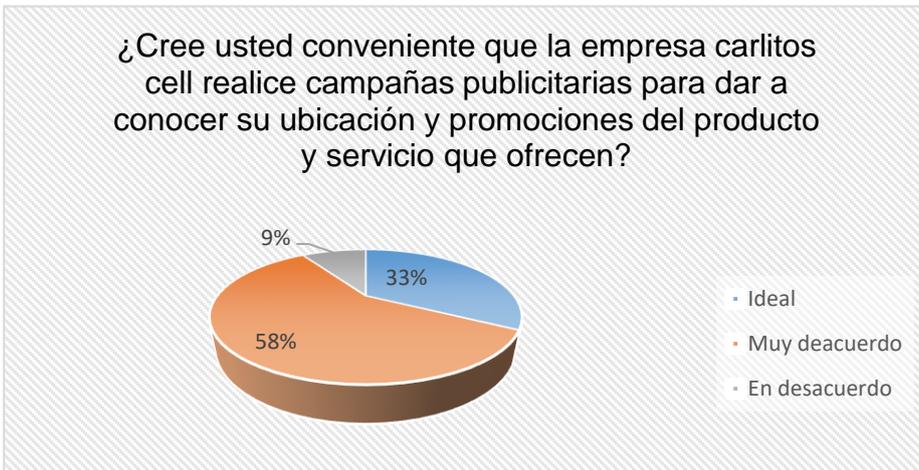


Ilustración 14

**Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos se concluye que el 33% considera ideal esta estrategia, mientras el 58% está muy de acuerdo dejando una diferencia del 9% en desacuerdo lo que nos permite implantar este proyecto y ayudara a ser reconocido a nivel local y cantonal.

## ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS

Meta	Estrategia	Táctica	Actividad	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicadores
Aumentar la demanda de nuestros productos y por ende el éxito de la empresa	<p>Incluir valor agregado a los productos por ejemplo un estuche una memoria externa</p> <p>Incluir nuevos servicios adicionales que le permitan al cliente tener una mayor visión del producto.</p>	<p>Proponer por compras mayor a cien dólares un estuche y mayor a cien cincuenta una memoria externa.</p> <p>Realizar entregas a domicilios de los servicios telefónicos, ofrecer garantías y facilidades de pago</p> <p>Ofertar configuraciones de equipos e instalaciones de aplicaciones</p>	<p>Contratar los medios de comunicación radiales y escritos para dar a conocer las nuevas ofertas</p> <p>Llegar acuerdos con proveedores para extensión de garantías y facilidades de pago</p> <p>Capacitar al personal en configuraciones de equipos</p>	Gerente propietario de la empresa Carlitos Cell	<p>Las cuñas radiales serán los fines de semana durante de dos meses en horarios de transmisión de música juvenil y noticias.</p> <p>Solo cuando existan entregas a domicilios se necesitarán de los servicios de ejecutivo</p> <p>Capacitación una vez al mes en características y configuraciones de equipos</p>	<p>Número de unidades vendidas</p> <p>Tasa de satisfacción al cliente</p>
			<b>Resultados esperados:</b> Posicionamiento en el Mercado e Incrementar la clientela.			
<b>Fuente:</b> Investigación de campo						
<b>Elaboración:</b> Nito Alfonso Pazmiño Morales						

Tabla 9: Estrategias del producto.

## INSTALACIÓN DE APLICACIONES

Meta	Estrategia	Táctica	Actividad	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicadores
Ofertar servicios de instalación de aplicaciones para de esta forma lograr la satisfacción del cliente y la recomendación.	Confirmar los teléfonos inteligentes aprovechando las aplicaciones de los celulares como es la opción de búsqueda rastreo y bloqueo que ofrece Avast Mobile Security en Android	Al proceder a la compra de uno de nuestros equipos se oferta el servicio gratuito al cliente mediante aplicaciones a la disposición del cliente.	Instalación de aplicaciones en clientes	Personal de ventas y servicio al cliente	Se instalarán las aplicaciones gratuitas encada compra de un teléfono por el lapso de un año	Porcentaje de cumplimiento de actividades programadas
			<b>Resultados esperados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción a los clientes con el servicio ofrecido</li> <li>• Cliente recibe resultados que desea obtener</li> </ul>			
<b>Fuente:</b> Investigación de campo <b>Elaboración:</b> Nito Alfonso Pazmiño Morales						

*Tabla 10: instalación de aplicaciones*

## POTENCIAR UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Meta	Estrategia	Táctica	Actividad	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicador
Potenciar la ubicación de la empresa, determinando lugares y puntos de ofrecer nuestros productos y aumentar nuestra clientela de mercado	Establecer convenios con otros negocios similares para intercambiar ideas, ubicar Stan de nuestros productos en puntos de ventas específico	Llegar acuerdos con empresas para intercambiar clientes. Acceder con nuestros Stan a lugares claves para promocionar nuestros productos y servicios	Colocar nuestros Stan en las principales tiendas de la parroquia la unión, y parques.	Administrador de la empresa  Agentes vendedores	Intercambio de clientes diariamente. Una vez a la semana enviar un agente vendedor a una zona para ofrecer nuestros productor y servicios y la ubicación de la empresa	Porcentaje de efectividad de ventas
<b>Fuente:</b> Investigación de campo			<b>RESULTADOS ESPERADOS:</b> Potencialización de la ubicación de la empresa Cliente recibe lo que desea obtener Incremento de la cuota de mercado			
<b>Elaboración:</b> Nito Alfonso Pazmiño Morales						

*Tabla 11 :ubicación de la empresa*

## CAMPAÑA PUBLICITARIA LOCAL PARA LA EMPRESA

Meta	Estrategia	Táctica	Actividad	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicador
Posesionarse en la mente de los clientes para lograr que la empresa sea recordada fácilmente	Planificar programas publicitarios	Difundir y desarrollar cuñas radiales	Buscar los medios de comunicaciones radiales y escrito para dar a conocer la empresa	Gerente  Personal	El tiempo de ejecución y de difusión de las cuñas radiales serán los días lunes jueves sábados, en radio fluminense.	ventas generadas  Incremento de ventas  Número de visitas a la pagina
		Elaborar el diseño de hojas volantes	Repartir hojas volantes a los habitantes de la parroquia la Unión para que los clientes se informen		Los avisos en el periódico se los realizaran los fines de semana	
		Avisos en la prensa con descuentos semanales	Colocación de una valla en sitios claves de la parroquia		Las hojas volantes serán entregadas toda la semana	
		Vallas y banners publicitario	Envió de correos con boletines electrónicos		Se colocará una valla en la gasolinera Petroecuador de La Unión	
		Creación diseño y mantenimiento de boletines electrónico			Se colocarán banner publicitario en lugares estratégicos	
		Integración en ferias y eventos				
			<b>Resultados esperados</b>			
<b>Fuente:</b> Investigación de campo			Posicionamiento del mercado e Incrementar la clientela			
<b>Elaboración:</b> Nito Alfonso Pazmiño Morales			Obtención de ganancias			

*Tabla 12 : campaña publicitaria*

## DISEÑO DE REDES SOCIALE

Meta	Estrategia	Táctica	Actividad	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicador
Dar a conocer los productos y promociones de la empresa para captación de clientes en la web	Elaboración de páginas y perfiles en redes sociales	Difusión de la empresa y sus productos mediante los distintos perfiles y cuentas en redes sociales	<p>Creación de una página en Facebook</p> <p>Creación de un perfil en Facebook</p> <p>Creación de una cuenta en Instagram</p>	Gerente de la empresa Carlitos Cell	Las paginas serán creadas y administradas por una sola persona, manteniéndolas en actividad diariamente con la información productos nuevos, promociones entre otros	Porcentaje de clientes captados mediante redes sociales
<p><b>Fuente:</b> Investigación de campo</p> <p><b>Elaboración:</b> Nito Alfonso Pazmiño Morales</p>			<p><b>Resultados esperados</b></p> <p>Posicionamiento en el mercado</p> <p>Captación de clientes</p> <p>Incremento de ganancias</p>			

*Tabla 13: DISEÑO REDES SOCIALES*

## IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN PROMOCIONAL PARA LA EMPRESA CARLITOS CELL

Meta	Estrategia	Táctica	Actividad	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicador
Lograr que la empresa sea conocida a nivel local y cantonal ofreciendo promociones en sus productos	Diseñar llaveros Camisetas Esferos Jarrones	Entregar los diferentes artículos como promoción por la compra de un equipo o servicio	Obtener las camisetas jarrones Llaveros Con el logotipo de la empresa	Gerente de la empresa	Se entregará los jarrones Camisetas y llaveros durante un año	Números de artículos entregados  Incremento de ventas
<b>Fuente:</b> Investigación de campo <b>Elaboración:</b> Nito Alfonso Pazmiño Morales			<b>Resultados esperados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionarse en el mercado con las promociones que se realizaran durante el año</li> </ul>			

*Tabla 14: Plan promocional*

[Home](#) > [RUC](#) > [Consulta](#)

## Consulta de RUC

RUC

1206697540001

Razón social

CESPEDES PEREZ CARLOS IGNACIO

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

Actividad económica principal

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE  
TELÉFONOS INALÁMBRICOS, TELÉFONOS  
CELULARES Y APARATOS DE FAX.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	RIMPE	NEGOCIO POPULAR	
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
NO	NO	NO	
Fecha inicio actividades	Fec a actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2014-04-03	2023-07-11		

[Mostrar establecimientos](#)[Nueva consulta](#)



Babahoyo, 13 de septiembre del 2023

## CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: el/la, Sr./Sra./ Srta.: **Pazmiño Morales Nito Alfonso**, cuyo tema es: **Plan estratégico de la empresa Carlitos Cell en la parroquia La Unión cantón Babahoyo, periodo 2022**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de [ **3%** ], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

### estudio de caso

**3%** Similitudes  
0% Texto entre comillas  
0% similitudes entre comillas  
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: estudio.docx  
ID del documento: b9ad38d66e8fa782fee26f331b9d33a45e6e006e  
Tamaño del documento original: 43,58 kB  
Autores: nito alfonso pazmiño morales, nito pazmiño

Depositante: nito alfonso pazmiño morales  
Fecha de depósito: 12/9/2023  
Tipo de carga: url\_submission  
fecha de fin de análisis: 12/9/2023

Número de palabras: 4327  
Número de caracteres: 27.781

Ubicación de las similitudes en el documento:

**Fuentes principales detectadas**

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://dSPACE.utb.edu.ec">dSPACE.utb.edu.ec</a>   Diseño de la planeación estratégica para la empresa merphy ... http://dSPACE.utb.edu.ec:8080/jspui/bitstream/49000/776/v1-UTB-FAFI-IC_000016.pdf.txt 2 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (84 palabras)
2	<a href="http://localhost:8080/vmlu/bitstream/123456789/3315/v1/TUAMGESTEXCOM001-2014.pdf">localhost</a>   Plan de marketing y gestión de ventas para el almacén Carlitos Luis de ... http://localhost:8080/vmlu/bitstream/123456789/3315/v1/TUAMGESTEXCOM001-2014.pdf 2 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (54 palabras)
3	<a href="http://www.eumed.net/bros-gratis/2011c/993/planeacion-estrategica.html#:-:text=Algunos+autore...">www.eumed.net</a>   Índice - Libro 993 - MANUAL DE PLANEACIÓN CORPORATIVA PA... http://www.eumed.net/bros-gratis/2011c/993/planeacion-estrategica.html#:-:text=Algunos+autore... 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas: 1% (42 palabras)

**Fuentes con similitudes fortuitas**

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://idoc.pub/documento/ventajas-y-desventajas-de-la-planeacion-estrategica-104710mzxd42">idoc.pub</a>   Ventajas Y Desventajas De La Planeación Estratégica [1d4710mzxd42] https://idoc.pub/documento/ventajas-y-desventajas-de-la-planeacion-estrategica-104710mzxd42	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
2	<a href="http://dSPACE.ups.edu.ec">dSPACE.ups.edu.ec</a>   Sistematización de las necesidades de la comunidad de Guru... http://dSPACE.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20076/v1/AJPS-CT009022.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

Ing. José Nivelá Icaza, Ph. D.

DOCENTE DE LA FAFI.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA  
DECANATO



Babahoyo, 23 de agosto del 2023  
D-FAFI-UTB-00600-2023

Ingeniero.

Carlos Céspedes.

**PROPIETARIO DE LA EMPRESA CARLITOS CELL.**

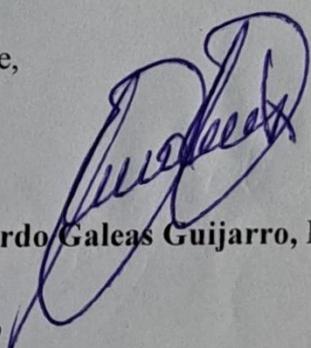
Presente. –

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde formamos profesionales altamente capacitados en los campos de Tecnologías de la Información y de Administración, competentes, con principios y valores cuya practica contribuye al desarrollo integral de la sociedad, es por ello que buscamos prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

El señor **NITO ALFONSO PAZMIÑO MORALES** con cédula de identidad No. **1207523604** estudiante de la Carrera de Comercio, matriculado en el proceso de titulación en el periodo junio – octubre 2023, trabajo de titulación modalidad Estudio de Caso, previo a la obtención del grado académico profesional *universitario* de tercer nivel como Licenciado en Comercio, solicita por intermedio del Decanato de esta Facultad el debido permiso para poder culminar su proyecto, el cual titula: **“PLAN ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA CARLITOS CELL EN LA PARROQUIA LA UNIÓN CANTÓN BABAHOYO, PERIODO 2022”**.

Atentamente,

  
Lcdo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE.

DECANO

c.c: Archivo

