# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

## PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA:**

## Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e- billing* de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015.

**Autor:**

Christian Andrés Lay Cabal

## Tutor:

Mg. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

Guayaquil, Julio 2015

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

## CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing* de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015”,** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

## TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cuál es el impacto que ha tenido en la satisfacción de los clientes la implementación del servicio *e-Billings* en Almacenes La Galería?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado: Christian Andrés Lay Cabal Tutora: Mg. Mireya Estefanía Zúñiga Delgado

# AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e- Billings* de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015, de la carrera Administración de Empresas, del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autor:

Christian Andrés Lay Cabal

Dedico este trabajo a mis padres por haberme brindado desde muy joven, con su voluntad y esfuerzo, la oportunidad de recibir una educación de calidad, llena de valores y principios éticos.

A mis hermanas y familiares por haberme brindado su apoyo incondicional en los momentos más difíciles, demostrando así su afecto, paciencia y comprensión en los años de vida.

Christian Andrés Lay Cabal

A mi familia por haberme brindado su apoyo para que siga estudiando y superando profesionalmente.

A los docentes y compañeros del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por haberme compartido su amistad, conocimiento, experiencias y consejos que ayudaron a fortalecer el crecimiento académico y personal.

A mis compañeros de trabajo con los que compartí y aprendí a lo largo de este camino y que me ayudaron a concretar esta meta.

Por último, pero no menos importante, agradezco a mi tutora Stefanía Zúñiga por haberme brindado su experiencia y ser mi guía en el desarrollo del presente trabajo.

Christian Andrés Lay Cabal

# ÍNDICE GENERAL

|  |  |
| --- | --- |
| **Contenidos:** | **Páginas:** |
| Carátula………………………………………………………… | i |
| Certificación de la aceptación del tutor……………………… | ii |
| Autoría notariada………………………………………………. | iii |
| Dedicatoria……………………………………………………… | iv |
| Agradecimiento………………………………………………… | v |
| Índice general………………………………………………….. | vi |
| Índice de gráficos……………………………………………… | viii |
| Índice de cuadros……………………………………………… | ix |
| Resumen……………………………………………………….. | xi |
| Abstract…………………………………………………………. | xii |

## CAPÍTULO I EL PROBLEMA

[PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA……………….……… 01](#_TOC_250006)

Ubicación del problema en un contexto………………….… 01

Situación de conflicto…………………………………………. 03

Delimitación del problema…………………………………… 04

Determinación del tema……………………………………… 04

Formulación del problema…………………………………… 04

Variables de la investigación………………………………... 04

Evaluación del problema…………………………………….. 04

Objetivos de la investigación…………………….………….. 05

Justificación……………….…………………………………… 06

Viabilidad………………………………………………………. 07

[CAPÍTULO II MARCO TEÒRICO](#_TOC_250005)

[FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA………………………….…... 09](#_TOC_250004)

Antecedentes históricos……………….…………………….… 09

Antecedentes referenciales…………….……………………... 12

Fundamentación legal…………………………….…………… 17

Variables de la investigación………………………..………… 27

Definiciones conceptuales…………………………………….. 28

[CAPÍTULO III METODOLOGÍA](#_TOC_250003)

Presentación de la empresa………………………………….. 38

Diseño de la investigación………………………..…...……… 45

Tipos de investigación………………………………….…….. 46

La población y muestra……………………………………….. 47

Técnicas e instrumentos de investigación………….….….... 49

Procedimiento de la investigación………………………….... 51

[CAPÍTULO IV](#_TOC_250002)

[ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS](#_TOC_250001)

Análisis e interpretación de los resultados………………….. 53

[Plan de mejoras………………………………………………... 69](#_TOC_250000)

Conclusiones y recomendaciones………………………..…. 72

Bibliografía………………………………………….……….… 74

**Anexos**…………………………………………….…….……... 77

Anexo 1. Formato de encuesta.

Anexo 2. Portal web Almacenes La Galería.

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Contenidos: Páginas:**

Figura 1. Proceso de e-billing………………………………..…… 03 Figura 2. Grado de avance en uso de factura electrónica..... … 10 Figura 3. Factura en formato XML.………………………………. 33 Figura 4. Factura en formato RIDE.…………………..……..…… 34 Figura 5. Proceso de emisión de comprobantes electrónicos… 35 Figura 6. Logotipo de la empresa……………………………...… 39 Figura 7. Plantilla de trabajadores por categoría ocupacional... 40 Figura 8. Organigrama de la empresa………………………….... 40 Figura 9. Proceso de facturación electrónica de la empresa…. 44

Figura 10. Antigüedad de clientes..………………………….…... 53

Figura 11. Inducción para acceso a portal web………..….……. 54

Figura 12. Recepción de comprobante electrónico en 24 Hrs.. 55

Figura 13. Recepción de formatos RIDE y XML en e-mail….… 56

Figura 14. Ambiente de portal web………………………………. 57

Figura 15. Problemas al ingresar al portal web...………………. 58

Figura 16. Reflejo de comprobantes electrónicos en portal...… 59

Figura 17. Descarga de comprobantes electrónicos en portal... 60

Figura 18. Habilitación del portal web..………………………….. 61

Figura 19. Navegación efectiva en portal web………………….. 62

Figura 20. Asistencia al cliente en portal web…………………... 63

Figura 21. Medio de recepción de comprobante electrónico. …. 64

Figura 22. Almacenamiento de comprobante electrónico

en portal web 65

Figura 23. APP para visualizar comprobantes electrónicos…... 66 Figura 24. Grado de satisfacción del servicio e-billing………… 67

Figura 25. Plan de mejoras 69

## ÍNDICE DE CUADROS

**Contenidos: Páginas:**

Cuadro 1. Calendario para facturación electrónica 02

Cuadro 2. Países que emiten comprobantes electrónicos…..… 11

Cuadro 3. Calendario para emisión de comprobantes

electrónicos en entidades públicas.…………………. 23

Cuadro 4. Modificación de Calendario para emisión de comprobantes electrónicos en entidades privadas… 24

Cuadro 5. Principales proveedores de la empresa…………….. 41

Cuadro 6. Principales competidores.…………………….…...…. 42

Cuadro 7. La población………..……………………………….…. 48

Cuadro 8. La muestra…………………..…………………………. 49

Cuadro 9. Antigüedad de clientes…………..…………………… 53

Cuadro 10. Inducción para acceso a portal web..……………… 54

Cuadro 11. Recepción de comprobante electrónico en 24 Hrs. 55

Cuadro 12. Recepción de formatos RIDE y XML en e-mail…… 56

Cuadro 13. Ambiente de portal web 57

Cuadro 14. Problemas al ingresar al portal web 58

Cuadro 15. Reflejo de comprobantes electrónicos en portal….. 59

Cuadro 16. Descarga de comprobantes electrónicos en portal. 60

Cuadro 17. Habilitación del portal web…………………..……… 61

Cuadro 18. Navegación efectiva en portal web………………… 62

Cuadro 19. Asistencia al cliente en portal web..………..……… 63

Cuadro 20. Medio de recepción de comprobante electrónico... 64

Cuadro 21. Almacenamiento de comprobante electrónico

en portal………………………………………………. 65

Cuadro 22. APP para visualizar comprobantes electrónicos… 66

Cuadro 23. Grado de satisfacción del servicio e-billing………. 67

Cuadro 24. Plan de mejoras………………………………..……. 70

Cuadro 25. Planificación de plan de mejora punto 1……….. .. 71

Cuadro 26. Planificación de plan de mejora punto 2……….. .. 71

## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## Tema

**“**Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing*

de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015”

**Autor:** Christian Andrés Lay Cabal

**Tutora:** Mg. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

## RESUMEN

Debido a las quejas presentadas por los clientes y el personal de ventas de Almacenes La Galería por el servicio de facturación electrónica que ofrece el proveedor en línea desde su implementación, el presente trabajo de investigación tuvo como motivación: “Evaluar el impacto que ha tenido en los clientes el servicio e-billing de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015”. Este planteamiento justifica lo importante que fue identificar y analizar las inconsistencias en el proceso de facturación electrónica actual de la empresa para mejorar el servicio. En la realización del marco teórico se revisó literatura técnica, trabajos anteriores y experiencias concernientes a la facturación electrónica en el país. El tipo de investigación utilizado en el proyecto fue el Descriptivo, bajo el enfoque de estudio Cuantitativo. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, la cual tuvo como objetivo principal identificar de manera clara los inconvenientes por los cuales el proceso de facturación electrónica no satisface íntegramente a los clientes de la empresa. Los resultados obtenidos fueron presentados en tablas, gráficos y breves análisis, los mismos que ratificaron el descontento de los clientes encuestados, para lo cual se elaboró un plan de mejoras que permita corregir las debilidades del sistema de facturación electrónica e incremente paulatinamente el agrado de los usuarios.

Servicio

Facturación Electrónica

Insatisfacción

Clientes

## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## Tema

**“**Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing*

de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015”

**Autor:** Christian Andrés Lay Cabal

**Tutora:** Mg. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

## Abstract

Due to complaints from customers and sales personnel Warehouse Gallery for electronic billing service offered by the online provider since its implementation, the present research was motivated: "Assessing the impact it has had on customer service e-billing company Warehouse Gallery in the first quarter of 2015 ". This approach justifies how important it was to identify and analyze inconsistencies in the current electronic billing process the company to improve service. In implementing the framework technical literature, previous work and experiences concerning electronic invoicing in the country it was reviewed. The type of research used in the project was the Descriptive, under the approach of Quantitative study. The technique used for collecting data was the survey, which main objective was clearly identify the problems for which the electronic billing process not fully satisfy the customers of the company. The results were presented in tables, charts and brief analyzes, the same that have ratified the discontent of the customers surveyed, for which an improvement plan that addresses the weaknesses of the electronic billing system and gradually increase the pleasure of was prepared users.

Service

Electronic

Billing

Dissatisfaction

Customers

# CAPÍTULO I EL PROBLEMA

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## Ubicación del problema en un contexto:

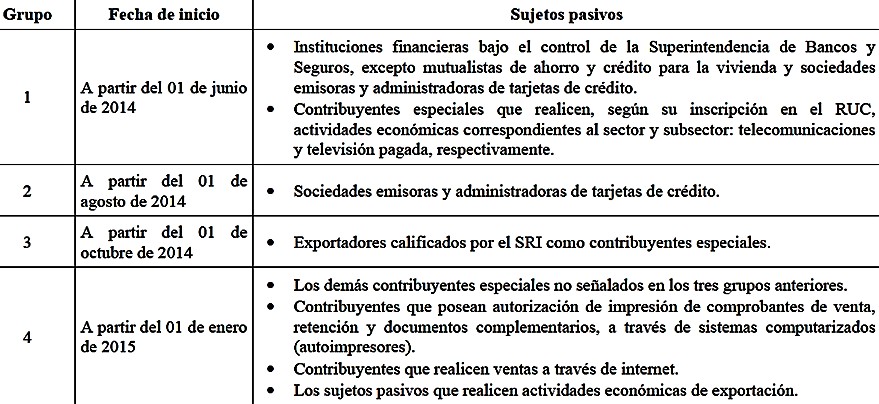
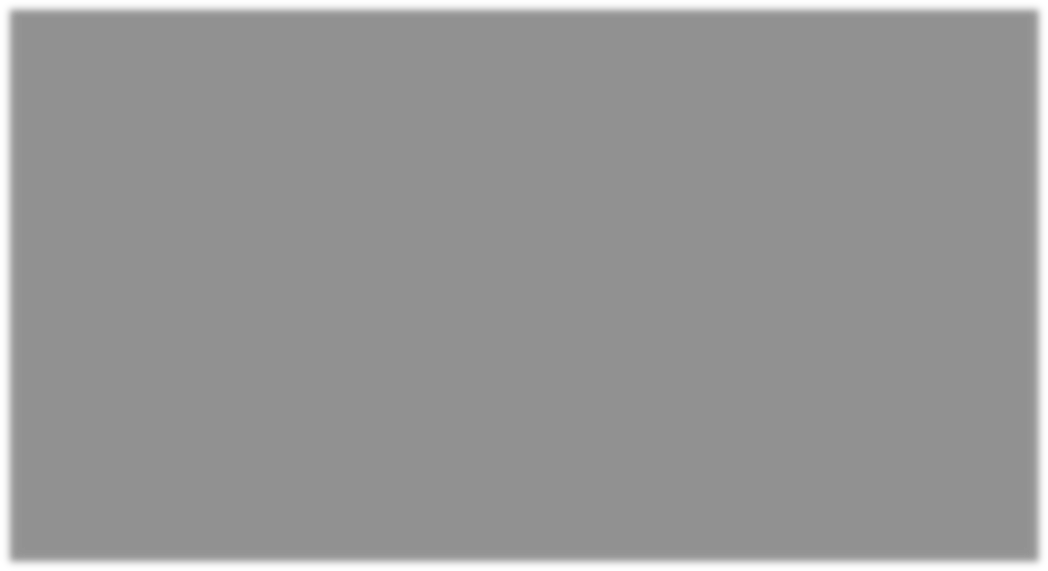
El servicio de facturación electrónica o *e-billing*, como su homónimo en inglés, consiste en el envío y recepción de comprobantes de venta electrónicos, entre éstos, la factura electrónica, de manera segura y confiable, que son autorizados previamente por una entidad reguladora fiscal antes de llegar al cliente o consumidor final.

La factura electrónica es el equivalente digital de la tradicional factura en papel. A diferencia de ésta, se emplean soportes informáticos para su almacenamiento en lugar de un soporte físico como es el papel. Su validez es exactamente la misma y gracias a la firma digital que incluye, se garantiza su integridad y un alto nivel de trazabilidad, por lo que, judicialmente es un documento considerado como vinculante y que no necesita de mayor prueba o confirmación que su propia existencia.

Entre los países que están a la vanguardia operativa de facturación electrónica, se encuentran: Brasil, Argentina, Chile, Estados Unidos, México, Colombia, Australia, además de todos los países que conforman la Unión Europea.

En Ecuador, a partir del 2009 cuenta con el marco legal para emitir facturas electrónicas, según Resolución No. NAC-DGERCGC09-00288, del Director General del Servicio de Rentas Internas, Carlos Marx Carrasco, publicada en el Registro Oficial No. 585, del 07 de Mayo del 2009.

Y según Resolución No. NAC-DGERCGC13-00236, del Director General del Servicio de Rentas Internas, Carlos Marx Carrasco, publicada en Registro Oficial No. 956, el 17 de Mayo del 2013, resuelve que: los sujetos pasivos, excepto las entidades públicas, deberán emitir facturas, comprobantes de retención, guías de remisión, notas de crédito, y, notas de débito únicamente a través de mensajes de datos y firmados electrónicamente, de acuerdo con el siguiente calendario:



**Cuadro 1:** Calendario para facturación electrónica

Fuente: Servicio de Rentas Internas

La empresa Almacenes La Galería, cuya actividad económica es la comercialización de electrodomésticos para el sector socioeconómico medio y bajo de la población, está dentro del grupo que debe operar con facturación electrónica a partir del 01 de enero del 2015, y actualmente lo realiza desde Diciembre del 2014 en todas sus sucursales a nivel nacional.

Este proceso lo realiza en conjunto con un proveedor en línea, el cual se encarga de suministrar el servicio de *e-billing*, es decir, que es un mediador entre la empresa Almacenes La Galería, el Servicio de Rentas Internas y los clientes en el envío y recepción del comprobante de venta electrónico (Factura, nota de débito, nota de crédito o retención).

Este comprobante debe ser remitido a la cuenta de correo electrónico del cliente o ser almacenado para consulta en el portal web del emisor en formatos XML (EXtensible Markup Language) y RIDE (Representación Impresa de Documento Electrónico).

**Almacenes La Galería Proveedor SRI**

Generar y enviar archivos XML

Procesar,

firmar, alojar y enviar

Aceptar o

rechazar envíos

**Figura 1:** Proceso de *e-billing*

Fuente: Elaboración propia.

## Situación de conflicto:

Desde que se implementó el proceso de facturación electrónica en Diciembre del 2014 hasta la presente fecha, la empresa Almacenes La Galería ha adquirido diversas quejas de los clientes por inconvenientes al momento de recibir sus comprobantes de venta electrónicos, ya sea a su cuenta de e-mail o al portal web de la empresa.

Si el comprobante de venta es enviado al correo electrónico del comprador, éste se demora en llegar, en algunos casos hasta el día siguiente, y en otros, nunca es recibido por el consumidor. Y si el cliente ingresa al portal web de la empresa, con su usuario y contraseña (previamente indicado en la factura, nota de crédito, etc.), no es reconocido por la página, para lo cual, el Jefe de tienda, debe realizar el reseteo de la clave para que el cliente ingrese al portal y pueda visualizar e imprimir el RIDE si fuera el caso.

Todo esto ocasiona una carga operativa innecesaria al personal de ventas y un malestar y desconfianza en los clientes, al no permitir que el proceso de *e-billing* sea rápido y eficaz, sobre todo en aquellos usuarios que han adquirido motos, los mismos que necesitan presentar el RIDE impreso de la factura para la matriculación del artículo.

Por lo antes expuesto, es de suma importancia el análisis del impacto que ha tenido en los clientes de Almacenes La Galería el servicio de facturación electrónica o *e-billing* desde su implementación hasta la presente fecha, y particularmente en el primer trimestre del 2015, en cuyo periodo se reportaron la mayor cantidad de irregularidades en el servicio por parte del personal de ventas y de los consumidores.

## Delimitación del problema:

**Campo:** Administrativo (ventas). **Área:** Comercial y tributaria. **Aspectos**: Proceso de facturación.

**Tiempo:** Primer trimestre del año 2015.

## Determinación del tema:

Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing*

de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015.

## Formulación del problema:

¿Cuál es el impacto que ha tenido en la satisfacción de los clientes la implementación del servicio *e-billing* en Almacenes La Galería?

## Variables de la investigación:

**Variable independiente:** Satisfacción de los clientes.

**Variable dependiente:** Servicio *e-billing*.

## 1.7. Evaluación del problema:

**Concreto:** Está redactado de manera precisa y dirigida específicamente a los clientes de la empresa Almacenes La Galería.

**Delimitado:** La formulación del presente problema busca identificar con claridad el impacto que ha tenido en los clientes de la empresa Almacenes La Galería el servicio de *e-billing* que actualmente está siendo gestionado por un proveedor en línea.

**Claro:** El problema planteado se expresa de modo preciso y de fácil interpretación.

**Relevante:** Es de suma importancia, ya que con este análisis se podrán establecer las falencias que presenta en la actualidad el servicio *e-billing* por parte del proveedor en línea y así poder mitigar el descontento de los clientes por la demora en la recepción de los comprobantes de venta electrónicos.

**Original:** La facturación electrónica tiene poco tiempo de aplicación y desarrollo en el país, por lo que su estudio y administración en la empresa Almacenes la Galería es totalmente novedoso.

**Factible:** Debido a la complejidad del proceso, resulta factible analizar y determinar los desatinos que tuviere el servicio de *e-billing* por parte del proveedor en línea, que permitan asumir oportunamente los correctivos necesarios para brindar una mejor atención a los clientes.

**Variables:** Las variables dependiente e independiente están identificadas de manera clara y convergen con el tema a investigar.

## Objetivos de la investigación:

**Objetivo general:**

Evaluar el impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing* de la empresa Almacenes La Galería.

## Objetivos específicos:

* Establecer los fundamentos teóricos sobre el servicio *e-billing*.
* Analizar el impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing* en el primer trimestre del 2015.
* Proponer un plan de acción para mejorar la administración del servicio

*e-billing*.

## Justificación:

La justificación y razones por la que se planteó este tema, están enmarcadas al plano social, ambiental y de servicio al cliente:

* La evaluación nos permitirá conocer con detalles las inconsistencias e inconvenientes que ha tenido el servicio *e-billing* que brinda el proveedor en línea a los clientes de la empresa Almacenes la Galería.
* Tiene relevancia social porque con la aplicación efectiva del servicio de facturación electrónica o *e-billing*, se ahorrará en el consumo de papel en las transacciones comerciales, lo que beneficiaría a revertir la pérdida de recursos ambientales, según lo promueve la política del Gobierno Nacional en el objetivo número 7 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”. Así mismo, los clientes tendrán mayor confianza y seguridad en el resguardo de los comprobantes de pago y menor probabilidad de falsificación de los mismos al recibirlos oportunamente.
* Con el análisis de los resultados que nos brinde la investigación se podrán adquirir soluciones prácticas que permitan minorar la carga operativa que actualmente tiene el personal de la empresa, tanto de ventas como administrativo, con la demora en la entrega y recepción de los comprobantes de ventas electrónicos, como por ejemplo en la ventas de motos, en los que es necesario el RIDE impreso para cumplir con el trámite de matriculación del artículo.
* Con el nuevo aprendizaje y experiencia adquirida se podrán examinar otros proyectos implementados con personal y recursos propios de la empresa, a fin de mejorar los procesos de servicio al cliente.
* Con la información de la investigación se asumirá un mejor criterio del servicio que actualmente ofrece el proveedor en línea, que permitirá a corto plazo la evaluación para su continuidad o no, así como para evaluar otras opciones de proveedores según amerite.

## Viabilidad:

Con el fin de establecer las posibilidades de desarrollo que tuviere el presente proyecto se analizaron los siguientes aspectos de viabilidad:

**Técnica:** La empresa Almacenes La Galería actualmente dispone con personal altamente capacitado en todas las áreas que dan soporte al proceso, de igual manera cuenta con infraestructura e instalaciones idóneas que facilitarán el desempeño y trabajo colectivo e individual.

**Socio – cultural:** Aumentará el nivel de conocimiento tecnológico de las personas participantes en este nuevo proceso de facturación, ya sea a nivel interno (empleados) como externos (clientes), creando una cultura de integración informática que aumente la confianza entre ambas partes.

**Económica:** La administración efectiva del servicio *e-billing*, generará un valor agregado al producto adquirido que influye directamente en la satisfacción del cliente, ya que al brindar un mejor servicio, el consumidor lo distinguirá con el de la competencia.

**Ambiental:** Por ser un proceso que sistematizará la emisión de comprobantes de ventas (facturas, guías, notas de débito, etc.), su viabilidad ambiental es muy amplia al ahorrar de forma significativa el uso del papel en las transacciones comerciales por documentos electrónicos.

**Institucional y de gestión:** La empresa Almacenes La Galería cuenta con personal altamente capacitado y enfocado a brindar servicio al cliente, sea éste interno o externo, lo cual facilita la designación de responsabilidades en esta investigación; así mismo el Gobierno Nacional, a través del Servicio de Rentas Internas, impulsa y regula la aplicación del sistema de facturación electrónica en las empresas privadas.

**Financiera:** La empresa actualmente dispone de una amplia cartera de clientes, la misma que es destinada para préstamos bancarios a través de fideicomisos, lo que representa una estabilidad financiera para solventar los gastos en equipos y recursos necesarios para el desarrollo de la investigación, y al no depender de personal externo para su desarrollo, se estará generando utilidad y autonomía en el proceso.

**Política:** La facturación electrónica es promovida por el actual Gobierno, el mismo que está representado por la lista 35 Alianza País, la cual al tener participación mayoritaria en la Asamblea Nacional, delinea el marco legal adecuado y proporciona la seguridad para su duración a largo plazo.

# CAPÍTULO II MARCO TEÒRICO

# FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

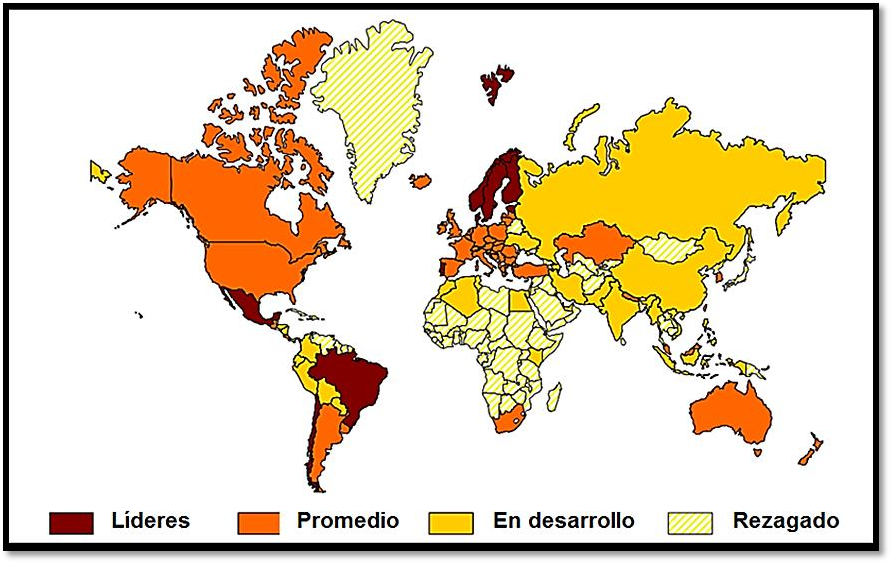
## Antecedentes históricos:

La factura electrónica a nivel mundial ha tomado un giro trascendental en los últimos años desde que se implementó inicialmente en Europa y América, al hacer posible que las relaciones entre empresa, cliente y gobierno sean más eficientes en comunicación y control; así como la importante reducción de evasión tributaria y ser un pilar de apoyo para normas ambientales con la reducción del consumo de papel.

Según el Informe de E-Invoicing / E-Billing, (Koch, 2013), de la empresa consultora comercial Billentis, sostiene que la proporción estimada de facturas electrónicas sobre el total en 2013 alcanzó en Europa el 13% en el ámbito del consumidor y el 20% en el de empresas y administración, con un crecimiento anual del 20% y del 29%, respectivamente. A nivel mundial, la proporción supera el 5% y el crecimiento anual se sitúa en el 20%.

En Europa, resulta ser Dinamarca el país donde la implantación de la factura electrónica se encuentra más avanzada, debido a la obligación que allí tienen los proveedores de la administración de enviar facturas sólo en esta modalidad, la cual es obligatoria para el Sector Público desde 2005. En general son los países nórdicos los que muestran unos niveles de penetración más altos, por encima del 40%. España se situaría en el grupo intermedio de países que observan implantaciones entre el 15% y el 40%, lo mismo que Francia, Alemania y Reino Unido, entre otros.

Pero a nivel mundial, Brasil, Chile y México son los grandes líderes y promotores de la factura electrónica. Según Billentis, se debe al papel impulsor asumido por el gobierno chileno y a la obligación de facturar electrónicamente en el caso de México y Brasil.



**Figura 2:** Grado de avance en uso de factura electrónica

Fuente: Billentis

El Servicio de Administración Tributaria de México, (SAT, 2011), indica que en la región Asia/Pacífico y África, los líderes en la utilización de la facturación electrónica están: Singapur, Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica y Kenia, quienes se encuentran dando los primeros pasos en el proceso empresa a cliente. El gobierno de India promueve el uso de la factura electrónica conjuntamente con el sector privado, tratando de imitar el proceso logrado en Europa. La legislación de Rusia ya contempla la factura electrónica.

En Canadá y Estados Unidos, el proceso está altamente focalizado en el emisor y consumidor; el pago y la contratación como los principales impulsores.

Esta región tiene preferencias para el intercambio empresa a empresa, que lo distingue de la estrategia empresa a cliente que se practica más en América Latina, la que se ha convertido en una práctica y forma parte de las estrategias a seguir en las Administraciones Tributarias.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **País** | **Facturación Electrónica desde:** | **Obligatoria o voluntaria** |
| Chile | 2003 | Obligatoria |
| México | 2005 | Obligatoria |
| Brasil | 2006 | Obligatoria |
| Argentina | 2006 | Obligatoria |
| Colombia | 2007 | Voluntaria |
| Costa Rica | 2007 | Obligatoria |
| Guatemala | 2007 | Obligatoria |
| Ecuador | 2012 | Obligatoria |

**Cuadro 2:** Países que emiten comprobantes electrónicos

Fuente: Elaboración propia

En el Ecuador, como en muchos países de la región, el sistema tributario no ha sido una herramienta trascendental de la política fiscal durante el siglo XX. La falta de decisión política; la poca cultura de la población en la materia; y, las fuertes presiones de los grupos económicos, fueron determinantes para que perduren malas administraciones tributarias, con poca capacidad de control y que contribuía a la elusión y evasión fiscal. (Departamento de Estudios Tributarios, 2008).

Según (Pazmiño, 2015), indica que, el primer esquema de facturación electrónica en el Ecuador, nació con la Resolución No. NAC- DGERCGC09-00288, publicada en el Registro Oficial No. 585, del 7 de Mayo de 2009, en la que se resolvió: “Establecer las Normas para la Emisión de Comprobantes de Venta, Documentos Complementarios y Comprobantes de Retención como Mensajes de Datos”.

Posteriormente fue reformada con la Resolución No. NAC-DGERCGC12- 00105, publicada en el Registro Oficial No. 666, del 21 de marzo de 2012, con la que se implementó un nuevo esquema de emisión para determinados comprobantes de venta: facturas, comprobantes de retención, notas de crédito, notas de débito y guías de remisión.

Este esquema, denominado “Facturación Electrónica”, se inició en el año 2012 con un proyecto piloto para un grupo de contribuyentes que cumplían ciertas características de adaptación de procesos tecnológicos avanzados.

En el año 2013, nació la etapa de “voluntariedad”, es decir, que los contribuyentes que deseaban, podían aplicar este nuevo esquema para emitir comprobantes electrónicos, sin embargo, el Director General del Servicio de Rentas Internas resolvió según NAC-DGERCGC13-00236 publicada en Registro Oficial No. 956, del 17 de mayo del 2013, que a partir del año 2014, la adopción de este modelo sea de carácter obligatorio para todos los sujetos pasivos, excepto las entidades públicas.

## Antecedentes referenciales:

Tomando como referencia trabajos y experiencias que nos permitan tener una mejor perspectiva con el tema a analizar tenemos:

(Cadena, 2006) *A manera de sugerencia me permito manifestar que aun cuando principalmente son los profesionales técnicos informáticos, los responsables del desarrollo y aplicación de múltiples y modernas herramientas tecnológicas que permiten la utilización y explotación, en este caso, de la factura electrónica, se debe aclarar que dichas herramientas son utilizadas por seres humanos miembros de una sociedad, la cual, a su vez, se encuentra regida por diferentes tipos de normas y, principalmente por normas legales.*

*Con el objeto de evitar incoherencias dentro del sistema normativo nacional, las disposiciones de tipo legal que mantengan relación con la correcta aplicación de dichas herramientas, deben ser generadas conjunta y coordinadamente con el aporte de profesionales expertos del área técnica y letrados especializadas en el área del derecho informático, Derecho de las telecomunicaciones, Derecho tributario y, Derecho mercantil.*

En esencia, Pablo Cadena, comunica que los nuevos procesos tecnológicos deben estar orientados no sólo con el aporte y servicio de personal altamente calificado, sino también guiados y controlados con las leyes y normas fiscales que permitan adecuar un ambiente seguro y confiable entre los organismos de control estatales y las empresas privadas; que es de vital importancia que todos interactúen prolijamente para brindar una buena asistencia a los usuarios. Actualmente la empresa Almacenes La Galería depende del servicio en línea que el proveedor le brinda para complementar el enlace hacia el Servicio de Rentas Internas y el cliente; al ser trabado o congestionado este proceso por la demora en la entrega de los documentos en línea, se crean molestias e inconvenientes que afectan a la imagen de la empresa al no proporcionar confianza y agrado con un servicio eficiente de *e-billing*. Resulta factible y hasta necesario que la empresa pueda manejar este enlace y así minimizar las dificultades que se presenten, y a la vez tener la capacidad suficiente para solucionarlos en un periodo prudente y acatando las disposiciones legales pertinentes.

Según las conclusiones de la tesis de grado: Estudio e implementación de una interfaz entre el nuevo esquema de emisión de comprobantes electrónicos del Servicio de Rentas Internas (SRI) y el módulo de facturación y cobranzas del sistema Semiya de la empresa Negysert S.A., nos resalta lo importante y beneficioso para el país la correcta emisión de los comprobantes de venta electrónicos:

*Obviamente que este nuevo esquema de emisión de comprobantes electrónicos reducirá enormemente gastos administrativos para la administración central, sobre todo en la rapidez y automatización de los cruces de información entre los distintos comprobantes electrónicos.*

*Se pronostica que para un futuro cercano, si todas las organizaciones acogen este esquema, será redundante llevar a cabo procesos que se ejecutan actualmente, tales como la generación de los Anexos Transaccionales Simplificados (ATS – informe detallado de todas las operaciones de compras, ventas, retenciones de impuestos por parte de las empresas). Todo esto supondrá ingentes ahorros al Estado y eficiencia al momento de llevar a cabo el control fiscal, por cuanto se logrará reducir drásticamente la evasión fiscal y aumentará el volumen de las recaudaciones por concepto de impuestos.*

*Esto sin contar con las nuevas opciones que se abren para los negocios y empleos, relacionados con la factura electrónica, como lo son las empresas que desarrollan software, los proveedores de equipos informáticos, proveedores de hosting e internet.* (Yépez, 2013)

En las conclusiones de la tesis de grado: Implementación del nuevo esquema de emisión de comprobantes de venta electrónicos en la Unidad Educativa Academia Naval Almirante Illingworth S.A., podemos resaltar la importancia de la colaboración de las personas involucradas directa o indirectamente para el correcto funcionamiento del proceso:

*Los usuarios son aquellos que se encargan de la emisión de los comprobantes y aquellos receptores de los mismos. Es posible llevar a cabo métodos de acción que los familiarice con la facturación electrónica, siempre y cuando, estos, estén dispuestos a utilizarlo y a adaptarse a cambios que posteriormente se pudieran dar.*

*Ambos, deben de conocer que el intercambio de información con la principal entidad de control a nivel tributario, el Servicio de Rentas Internas, será más ágil y con el transcurso del tiempo se espera omitir el envío de anexos y declaración de gastos personales; ya que esta entidad se encargará del archivo de la información y también permitirá su posterior consulta en cualquier momento.* (Reyes , 2014)

Nelson Vargas, Analista de Sistemas de una empresa de supermercados, en una consulta realizada vía correo electrónico, detalla la experiencia con el desarrollo de la facturación electrónica:

*La empresa empezó su proceso de facturación electrónica en el año 2014 con un proveedor al cual se tuvo que rescindir el contrato por presentar falencias en el envío de los comprobantes electrónicos.*

*Con el ingreso del nuevo proveedor las facturas llegan en el lapso de 1 minuto al cliente, ya sea a su cuenta de correo electrónico o al sitio web, este portal tiene una interfaz amigable y de fácil interpretación para que el usuario pueda acceder rápidamente a sus comprobantes de venta, de igual manera, cuenta con una opción de “Servicio al Cliente”, que le brinda asesoramiento en caso de cualquier inconveniente que se le presente.*

*Los problemas que actualmente existen se dan por el eventual mantenimiento a los servidores que realiza el proveedor o el Servicio de Rentas Internas, lo cual impide el enlace en línea y que los documentos no sean autorizados, aplazando su aprobación hasta 72 horas. Adicional, pueden existir demoras en la recepción de los comprobantes electrónicos, si el cliente no ingresa correctamente su usuario o no completa el proceso de actualización de datos en el portal web*. (Vargas, 2015).

Carlos Arboleda, Supervisor de Control Interno de una corporación de venta de electrodomésticos, comenta brevemente en una conversación telefónica la experiencia que ha tenido la empresa desde la implementación con la facturación electrónica a fines del 2014:

*La experiencia obtenida con el proveedor de e-billing, al inicio fue un poco difícil por las políticas que manejan, su respuesta para resolver problemas era muy tardía, lo que dificultó tener un buen servicio con el usuario, las facturas electrónicas se demoraban en llegar al cliente, incluso algunas veces no llegaban, así mismo hubo poca disponibilidad de su parte para atender reuniones, mala comunicación al no responder las llamadas y correos electrónicos por los inconvenientes que se presentaban, poca flexibilidad para cambios en el sistema, para lo cual después de una serie de reuniones con ellos, se superaron estos inconvenientes. Aún persisten pequeños problemas con el ingreso al portal web, ya que el usuario y la clave no son bien asignados por el sistema del proveedor. En el futuro lo ideal sería que la empresa maneje el servicio e-billing, sin la necesidad del proveedor en línea, pero aún no está planificado*. (Arboleda, 2015)

Después de lo expuesto en las dos últimas referencias según la experiencia obtenida en estas empresas comerciales desde la implementación de la facturación electrónica hasta la presente fecha, queda claro que el camino transcurrido tuvo sus dificultades y falencias por el mal servicio brindado por el proveedor, al ir trabando el correcto desempeño del proceso y afectando directamente al cliente, causándole malestar y desconfianza por parte de la empresa comercializadora, debido a esto ambas partes se vieron en la necesidad de trabajar en equipo y corregir en el camino estos desatinos en el servicio que por el momento no han reincidido, aun así no descartan la posibilidad de que en un futuro próximo tengan el manejo y control de este servicio que actualmente es proporcionado.

## Fundamentación legal:

El marco legal que da soporte y promueve el sistema de facturación electrónica en el país está constituido en el siguiente listado, en el que se destacan los artículos relevantes con el tema a analizar:

## Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos:

Publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 557 de 17 de abril de 2002, promovida y expedida por el Congreso Nacional, el cual considera: Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado.

Art. 1.- Objeto de la Ley.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

El Título I De los mensajes de datos, Capítulo I Principios generales, destaca:

Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento.

Art. 11.- Envío y recepción de los mensajes de datos.- Salvo pacto en contrario, se presumirá que el tiempo y lugar de emisión y recepción del mensaje de datos, son los siguientes:

* + - 1. Momento de emisión del mensaje de datos.- Cuando el mensaje de datos ingrese en un sistema de información o red electrónica que no esté bajo control del emisor o de la persona que envió el mensaje en nombre de éste o del dispositivo electrónico autorizado para el efecto;
      2. Momento de recepción del mensaje de datos.- Cuando el mensaje de datos ingrese al sistema de información o red electrónica señalado por el destinatario. Si el destinatario designa otro sistema de información o red electrónica, el momento de recepción se presumirá aquel en que se produzca la recuperación del mensaje de datos. De no haberse señalado un lugar preciso de recepción, se entenderá que ésta ocurre cuando el mensaje de datos ingresa a un sistema de información o red electrónica del destinatario, independientemente de haberse recuperado o no el mensaje de datos; y,
      3. Lugares de envío y recepción.- Los acordados por las partes, sus domicilios legales o los que consten en el certificado de firma electrónica, del emisor y del destinatario. Si no se los pudiere establecer por estos medios, se tendrán por tales, el lugar de trabajo, o donde desarrollen el giro principal de sus actividades o la actividad relacionada con el mensaje de datos.

## Reglamento General a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos:

Decretado por Gustavo Noboa Bejarano, Presidente Constitucional de la República, publicado en el Registro Oficial No. 735 de 31 de diciembre de 2002.

Art. 6.- Integridad de un mensaje de datos.- La consideración de integridad de un mensaje de datos, establecida en el inciso segundo del artículo 7 de la Ley 67, se cumple si dicho mensaje de datos está firmado electrónicamente.

El encabezado o la información adicional en un mensaje de datos que contenga exclusivamente información técnica relativa al envío o recepción del mensaje de datos, y que no altere en forma alguna su contenido, no constituye parte sustancial de la información.

Art. 9.- Prestación de servicios de conservación de mensajes de datos.- La conservación, incluido el almacenamiento y custodia de mensajes de datos, podrá realizarse a través de terceros, de acuerdo a lo que establece el Art. 8 de la Ley 67.

Los sistemas, políticas y procedimientos que permiten realizar las funciones de conservación de mensajes de datos se denominan Registro Electrónico de Datos. Una vez cumplidos los requisitos establecidos en las leyes, cualquier persona puede prestar servicios de Registro Electrónico de Datos que incluyen:

* + - 1. Conservación, almacenamiento y custodia de la información en formato electrónico con las debidas seguridades;
      2. Preservación de la integridad de la información conservada;
      3. Administración del acceso a la información y la reproducción de la misma cuando se requiera;
      4. Respaldo y recuperación de información; y,
      5. Otros servicios relacionados con la conservación de los mensajes de datos.

## Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios:

Decretado por Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República, publicado en el Registro Oficial No. 247, el 30 de Julio del 2010.

Considerando: Que mediante Decreto Ejecutivo Nº 3055, publicado en el Registro Oficial Nº 679 de octubre 8 del 2002 se expidió el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención;

Que es pertinente ajustar las disposiciones reglamentarias relativas a los comprobantes de venta y de retención a las necesidades actuales de los contribuyentes y de la administración, con el objeto de facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias; y,

En ejercicio de la atribución que le confiere el número 13 del artículo 147 de la Constitución de la República,

Capítulo I De los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

* + - 1. Facturas;
      2. Notas de venta - RISE;
      3. Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
      4. Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
      5. Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
      6. Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

1. Notas de crédito;
2. Notas de débito; y,
3. Guías de remisión.

Art. 3.- Comprobantes de retención.- Son comprobantes de retención los documentos que acreditan las retenciones de impuestos realizadas por los agentes de retención en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, este reglamento y las resoluciones que para el efecto emita el Director General del Servicio de Rentas Internas.

## Resolución No. NAC-DGERCGC12-00105:

Del Director General del Servicio de Rentas Internas, Carlos Marx Carrasco, publicada en Registro Oficial No. 666, el 21 de Marzo del 2012.

Resuelve: Expedir las normas para el nuevo esquema de emisión de comprobantes de ventas, retención y documentos complementarios mediante mensajes de datos (comprobantes electrónicos).

Artículo 2.- Los sujetos pasivos de tributos, podrán emitir como “mensajes de datos” conforme la definición de la “Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos”, los siguientes comprobantes de venta, retención y documentos complementarios:

* + - 1. Facturas;
      2. Comprobantes de Retención;
      3. Guías de Remisión;
      4. Notas de Crédito; y,
      5. Notas de Débito.

Artículo 5.- Los sujetos pasivos que accedan al presente esquema de emisión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios como mensajes de datos, deberán utilizar los enlaces “WEB SERVICES” dispuestos para el efecto por el Servicio de Rentas Internas, mecanismo a través del cual se realizará el envío, recepción, validación, autorización o rechazo de los comprobantes electrónicos emitidos en cada transacción.

## Resolución No. NAC-DGERCGC13-00236:

Del Director General del Servicio de Rentas Internas, Carlos Marx Carrasco, publicada en Registro Oficial No. 956, el 17 de Mayo del 2013.

Artículo 1.- Los sujetos pasivos enumerados a continuación, excepto las entidades públicas deberán emitir los documentos mencionados en el artículo 2 de la Resolución No. NAC- DGERCGC12-00105, únicamente a través de mensajes de datos y firmados electrónicamente. (Ver cuadro 1, capítulo 1).

## Resolución No. NAC-DGERCGC14-00157:

Del Director General del Servicio de Rentas Internas, Carlos Marx Carrasco, publicada en Registro Oficial No. 215, el 31 de Marzo del 2014.

Artículo 1.- Los organismos y entidades públicas enumeradas a continuación, deberán emitir los documentos mencionados en el artículo 2 de la Resolución No. NAC DGERCGC12-00105 publicada en el Registro Oficial - No. 666 de 21 de marzo de 2012 (facturas, comprobantes de retención, guías de remisión, notas de crédito y notas de débito) únicamente a través de mensajes de datos y firmados electrónicamente, de acuerdo con el siguiente calendario:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **GRUPO** | **FECHA DE INICIO** | **SUJETOS PASIVOS** | | | | | |
| 1 | 01 de Enero  de 2015 | * Empresas públicas y empresas de servicios públicos. | | | | | |
| * Entidades del Sector Público Financiero. | | | | | |
| * Empresas de economía mixta. | | | | | |
| 2 | 01 de Abril  de 2015 | * Organismos Ejecutiva. | y | entidades | de | la | Función |
| * La Asamblea Nacional. | | | | | |
| * Organismos y entidades de la Función Judicial, con excepción de sus Organismos auxiliares mencionados en el Art. 178 de la Constitución de la República del Ecuador. | | | | | |
| * Organismos y entidades de la Función de Transparencia y Control Social. | | | | | |
| * Organismos Electoral. | y | entidades | de | la | Función |
| * Universidades y Escuelas Politécnicas públicas. | | | | | |
| 3 | 01 de Julio  de 2015 | * Los organismos y entidades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, incluidas las mancomunidades conformadas por los mismos. | | | | | |
| * Los organismos y entidades públicas no descritas en ninguno de los Grupos señalados anteriormente. | | | | | |

**Cuadro 3:** Calendario para emisión de comprobantes electrónicos en entidades públicas.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

## Resolución No. NAC-DGERCGC14-00366:

De la Directora General del Servicio de Rentas Internas, Ximena Amoroso Iñiguez, publicada en Registro Oficial No. 257, el 30 de Mayo del 2014.

Resuelve: Reformar la Resolución No. NAC-DGERCGC13-00236.

Articulo 1.- Realícense las siguientes modificaciones a la Resolución No. NAC-DGERCGC13-00236, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 956, de 17 de Mayo de 2013:

* + - 1. En el artículo 1, sustitúyase el cuadro de calendarización por el siguiente:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **GRUPO** | **FECHA DE INICIO** | **SUJETOS PASIVOS** |
| 1 | 01 de Agosto de 2014 | * Sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito. |
| 2 | 01 de Octubre de 2014 | * Instituciones financieras bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros, excepto mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito. |
| * Contribuyentes especiales que realicen, según su inscripción en el RUC, actividades económicas correspondientes al sector telecomunicaciones y al subsector: televisión pagada. |
| * Exportadores calificados por el SRI como contribuyentes especiales. |
| 3 | 01 de Enero  de 2015 | * Los demás contribuyentes especiales no señalados en los tres grupos anteriores. |
| * Contribuyentes que posean autorización de impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, a través de sistemas computarizados (Autoimpresores). |
| * Contribuyentes que realicen ventas a través de internet. |
| * Los sujetos pasivos que realicen actividades económicas de exportación. |

**Cuadro 4:** Modificación de Calendario para emisión de comprobantes electrónicos en entidades privadas.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

## Resolución No. NAC-DGERCGC14-00790:

De la Directora General del Servicio de Rentas Internas, Ximena Amoroso Iñiguez, publicada en Registro Oficial No. 346, el 02 de Octubre del 2014.

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:

* + - 1. Facturas;
      2. Comprobantes de Retención;
      3. Guías de Remisión;
      4. Notas de Crédito; y,
      5. Notas de Débito.

## Resolución No. NAC-DGERCGC14-00788:

De la Directora General del Servicio de Rentas Internas, Ximena Amoroso Iñiguez, publicada en Registro Oficial No. 351, el 09 de Octubre del 2014.

Resuelve: Expedir las normas para la transmisión electrónica de información de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios a la Administración Tributaria.

Articulo 2.- Modalidades.- El Servicio de Rentas Internas publicará resoluciones y especificaciones técnicas para la implementación de las distintas modalidades de emisión electrónica:

Comprobantes electrónicos, auto emisores, maquinas fiscales, carga de pre-impresos y otras que mediante resolución se creen.

Articulo 4.- Procedimiento.- En la aplicación del esquema establecido en la presente Resolución, para las distintas modalidades señaladas en el artículo 2, el emisor deberá proceder como sigue:

1. Estar al día en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias;
2. Presentar una solicitud para que se le autorice a trasmitir información a la Administración Tributaria según el formato dispuesto en el portal web institucional [www.sri.gob.ec.](http://www.sri.gob.ec/) La solicitud se elaborará conforme lo indicado en las resoluciones y “Fichas Técnicas” que se emitan para cada modalidad;
3. Acatar las directrices establecidas en la “Ficha Técnica” que el Servicio de Rentas Internas publicará en el portal web institucional. El sujeto pasivo interesado deberá implementar en sus sistemas computarizados, informáticos, equipos y demás dispositivos los procesos para generar la información de los comprobantes autorizados por cada modalidad, en los formatos XML y XSD, que será transmitida a la base de datos de la Administración Tributaria;
4. Una vez que el contribuyente obtenga la autorización para emitir comprobantes bajo cualquier modalidad, los mismos tendrán validez tributaria, sustentaran costos y gastos y crédito tributario; de conformidad con la ley.
   * 1. **Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Objetivo No. 7:** “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”:

La política pública ambiental impulsa la conservación, la valoración y el uso sustentable del patrimonio natural, de los servicios ecosistémicos y de la biodiversidad. Para ello es necesario el establecimiento de garantías, normativas, estándares y procedimientos de protección y sanción efectivos al cumplimiento de los derechos de la naturaleza. También hay que reforzar las intervenciones de gestión ambiental en los territorios, incrementando la eficiencia y eficacia en el manejo y la administración del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) y la recuperación de los ecosistemas.

El presente objetivo propone el derecho ciudadano a vivir en un ambiente sano, libre de contaminación y sustentable, y la garantía de los derechos de la naturaleza, a través de una planificación integral que conserve los hábitats, gestione de manera eficiente los recursos, repare de manera integral e instaure sistemas de vida en una armonía real con la naturaleza.

Políticas:

1. Promover la eficiencia y una mayor participación de energías renovables sostenibles como medida de prevención de la contaminación ambiental.
2. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y pos-consumo.
3. Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta.

## Variables de la investigación:

Variable independiente: Satisfacción de los clientes. Variable dependiente: Servicio *e-billing*.

## Definiciones conceptuales:

Con la finalidad de tener una mejor comprensión del presente trabajo se detallan conceptos, beneficios y desventajas concernientes a la facturación electrónica en el país:

## Comprobantes de venta:

(Servicio de Rentas Internas, 2014), son documentos autorizados previamente por el SRI, que respaldan las transacciones efectuadas por los contribuyentes en la transferencia de bienes o por la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos, a excepción de los documentos emitidos por las instituciones del Estado que prestan servicios administrativos y en los casos de los trabajadores en relación de dependencia.

Los comprobantes de venta podrán ser llenados en forma manual, mecánica o a través de sistemas computarizados. Las facturas en original y copia deben ser llenadas en forma simultánea mediante el uso de papel carbón o carbonado; en cualquier caso las copias deberán ser idénticas al original, caso contrario no serán válidas.

(Pazmiño, 2015), indica que todas las compras de bienes y servicios que consten registradas en la contabilidad, deben estar respaldadas por los correspondientes comprobantes de venta y documentos de importación de ser el caso, emitidos por los vendedores o proveedores; debiendo constar en los archivos del contribuyente en forma cronológica, secuencial y numérica.

La finalidad de esta exigencia realizada por la Administración Tributaria, es el asegurar una adecuada y veraz relación entre el resultado obtenido al final de un ejercicio económico y los movimientos realizados durante el mismo.

## Comprobantes Electrónicos:

Un comprobante electrónico es un documento que cumple con los requisitos legales y reglamentarios exigibles para todos los comprobantes de venta, garantizando la autenticidad de su origen y la integridad de su contenido y que se emite a través de una nueva modalidad electrónica autorizada por el SRI. Un comprobante electrónico tendrá validez legal y tributaria siempre y cuando contenga la firma electrónica del contribuyente emisor. (Servicio de Rentas Internas, 2015).

Los tipos de comprobantes electrónicos son:

* Facturas
* Comprobantes de retención.
* Notas de débito.
* Notas de crédito.
* Guías de remisión.

## Requisitos para emitir comprobantes electrónicos:

(Servicio de Rentas Internas, 2014) Los requisitos para emitir comprobantes electrónicos son:

* Firma electrónica.
* Software que genere comprobantes electrónicos (puede ser propio o se puede utilizar la herramienta de comprobantes electrónicos de uso gratuito).
* Conexión a Internet.
* Clave de acceso a servicios en línea.

Adicional al inicio de la implementación, el esquema de comprobantes electrónicos tiene dos ambientes:

* Ambiente de pruebas o certificación, y
* Ambiente de producción.

El ambiente de pruebas permite revisar el funcionamiento del esquema de emisión electrónica, realizar los ajustes a los sistemas y corregir posibles errores. Los comprobantes que se emitan en este ambiente no tienen validez tributaria.

Una vez culminadas todas las pruebas en ambiente de certificación, el contribuyente podrá solicitar la autorización para que se le habilite el ambiente de producción. Todos los comprobantes electrónicos autorizados en ambiente de producción tienen validez tributaria.

## Firma electrónica:

Según la Ley No. 2002-67 de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, (Congreso Nacional del Ecuador, 2002), son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos.

La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio.

Para su validez, la firma electrónica reunirá los siguientes requisitos, sin perjuicio de los que puedan establecerse por acuerdo entre las partes:

* Ser individual y estar vinculada exclusivamente a su titular;
* Que permita verificar inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación establecidos por esta Ley y sus reglamentos;
* Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable para el propósito para el cual el mensaje fue generado o comunicado;
* Que al momento de creación de la firma electrónica, los datos con los que se creare se hallen bajo control exclusivo del signatario; y,
* Que la firma sea controlada por la persona a quien pertenece.

Existen 4 entidades acreditadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), certificadoras en el país de firma electrónica:

* Banco Central del Ecuador.
* Security Data.
* ANF AC (autoridad de certificación)
* Consejo de la Judicatura.

Según la Ficha Técnica “Emisión de comprobantes electrónicos”, versión 1.10, (Servicio de Rentas Internas, 2015), nos aclara los siguientes términos informáticos:

## 2.5.5. Documento electrónico:

Es la emisión mediante mensaje de datos (documentos desmaterializados) de los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

## Mensajes de datos:

Es toda información creada, generada, procesada, enviada, recibida, comunicada o archivada por medios electrónicos, que puede ser intercambiada por cualquier medio. Serán considerados como mensajes de datos, sin que esta enumeración limite su definición, los siguientes documentos electrónicos, registros electrónicos, correo electrónico, servicios web, telegrama, télex, fax e intercambio electrónico de datos.

## Interfaces (Plural de interfaz):

En informática, es un elemento de conexión que facilita el intercambio de datos. También se lo define como el conjunto de métodos para lograr interactividad entre un usuario y una computadora.

## Web service:

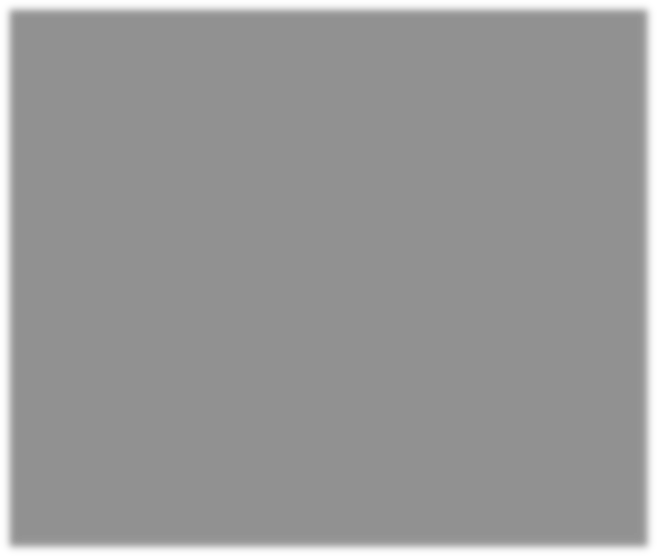
Servicio Web (en inglés, Web Service) es una pieza de software que utiliza un conjunto de protocolos y estándares que sirven para intercambiar datos entre aplicaciones. Distintas aplicaciones de software desarrolladas en lenguajes de programaciones diferentes y ejecutadas sobre cualquier plataforma, pueden utilizar los servicios web para intercambiar datos en redes de ordenadores como Internet.

## XML:

Siglas en inglés de EXtensible Markup Language (lenguaje de marcas extensible); es un estándar para el intercambio de información estructurada entre diferentes plataformas.

Según (Yépez, 2013), es un metalenguaje que sirve para determinar la sintaxis que se usa para definir otros lenguajes de etiquetas estructurados, que fue creado con la finalidad de diseñar un lenguaje de marcado optimizado. Tiene algunas características:

* Comunicación: entre hardware y software, sin importar el tipo de plataforma utilizado.
* Sintaxis: facilidad para escribir las etiquetas XML y comprensión de la representación de los datos.
* Protocolo de transporte: es independiente, ya que al consistir en un lenguaje de texto, no existe la necesidad de utilizar otro protocolo de transporte especial. Puede utilizar protocolos de transferencia de texto o documentos como lo son HTTP y SMTP.
* Marcado descriptivo, mediante la utilización de un conjunto de marcas abierto.



**Figura 3:** Factura en formato XML

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones

## XSD:

XML Schema, es un lenguaje de esquema utilizado para describir la estructura y las restricciones de los contenidos de los documentos XML de una forma muy precisa.

## RIDE:

(Servicio de Rentas Internas, 2015), es un formato de representación impresa de un documento electrónico y tiene validez tributaria establecida mediante Resolución NAC-DGERCGC14-00790:

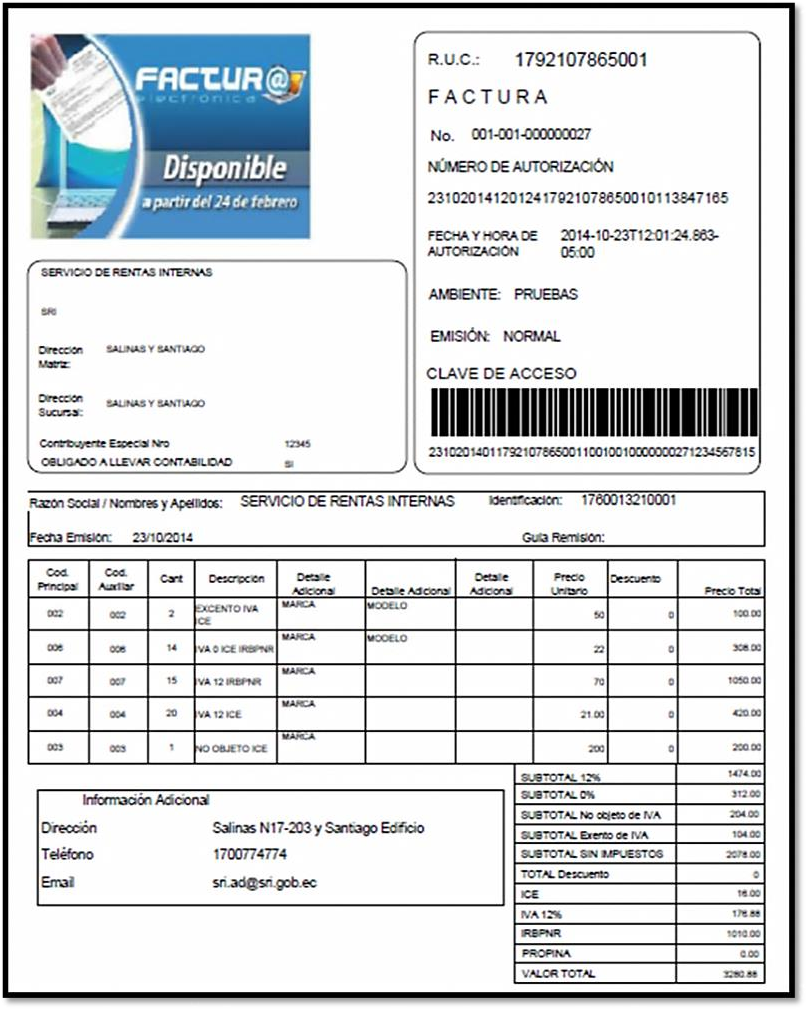
*Artículo 4.- Del deber de informar las alternativas de emisión.-* El emisor deberá poner en conocimiento del usurario o consumidor la posibilidad de recibir el comprobante de manera electrónica o impresa. Este constituye una representación impresa del documento electrónico (RIDE).

Se emite en los siguientes casos:

* Cuando no exista el consentimiento del usuario o consumidor para recibir el comprobante electrónico;
* Cuando la impresión sea requerida de manera expresa por el receptor, en el momento de la emisión o después; y,
* 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.

Las representaciones impresas de los comprobantes electrónicos deben cumplir con los requisitos del Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios y la Ficha Técnica.

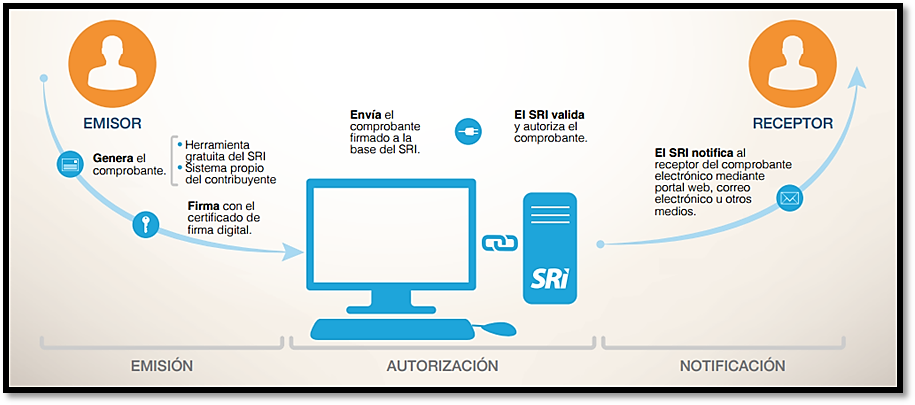


**Figura 4:** Factura en formato RIDE

Fuente: Servicio de Rentas Internas

## Proceso de comprobantes electrónicos:

* Emisión.- El emisor puede generar comprobantes electrónicos en la herramienta gratuita o en su sistema propio. La emisión puede ser individual o en conjunto (hasta 50 comprobantes electrónicos).
* Firma.- Una vez generado el comprobante electrónico se firma con el “Certificado de firma digital”, que debe ser adquirido en las entidades certificadoras (ANF, Security Data, Banco Central del Ecuador y Consejo de la Judicatura).
* Autorización.- El emisor envía el comprobante firmado a la base de datos del SRI y cuando llega la información se valida y autoriza el comprobante.
* Notificación.- El receptor puede verificar los comprobantes electrónicos autorizados mediante la página web del emisor, correo electrónico, otros medios o a través de la página web del SRI. (Servicio de Rentas Internas, 2015)

**Figura 5:** Proceso de emisión de comprobantes electrónicos

Fuente: Servicio de Rentas Internas

## Beneficios de la emisión de comprobantes electrónicos:

La emisión de comprobantes electrónicos que actualmente se desarrolla en el país conlleva un sinnúmero de beneficios tanto para el cliente, empresa y medio ambiente:

* Tiene la misma validez que los documentos físicos, la autorización se realiza en línea al momento de la emisión.
* Facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias y garantiza la validación de los comprobantes.
* Mayor seguridad en el resguardo de los documentos.
* Reduce costos de emisión, envío y almacenamiento de comprobantes.
* Moderniza el Estado con eficiencia y agilidad.
* Acceso oportuno a la información de calidad.
* Mejora el sistema de administración tributaria del país.
* Cuida el medio ambiente ya que disminuye el uso de papel, evitando la tala de árboles.
* Facilidad en los procesos de auditoria y agiliza la conciliación de la información contable.
  + 1. **Desventajas en la emisión de comprobantes electrónicos:** Entre las dificultades o desventajas que se presentan con la emisión de los comprobantes de venta electrónicos tenemos:
* Resistencia al cambio por parte de los consumidores para confiar y adoptar los nuevos hábitos de consumo a través de la red o falta de acceso a la misma, sobre todo en aquellas personas que no utilizan el internet por falta de recursos o de conocimientos.
* Para disminuir la desventaja anterior se deberá invertir en capacitaciones y material didáctico, el cual a su vez genera una carga operativa adicional para el personal administrativo y ventas de las empresas privadas.
* Existen costos por la prestación del servicio en línea, que brinda un proveedor externo, el mismo que será el responsable del envío y recepción de los documentos electrónicos entre la empresa, SRI y los clientes.
* Demoras y atrasos en la entrega de los comprobantes electrónicos por falta de energía, insuficiencia de sistema o errores operativos que tuviere el personal de ventas durante la ejecución del proceso de emisión.
* Se pueden presentar dificultades al momento de la implementación en las pequeñas y medianas empresas.
* Debido a que este nuevo sistema de facturación se rige por leyes y resoluciones gubernamentales, posibles cambios en el marco legal podrían afectar significativamente su desarrollo a largo plazo.

# CAPÍTULO III METODOLOGÍA

## Presentación de la Empresa:

Almacenes La Galería, es una cadena comercial, dedicada a la venta de electrodomésticos al sector socioeconómico medio y bajo de la población. Se fundó en 1990 con capital extranjero como una planta de ensamblaje de electrodomésticos bajo el nombre de ALITECSA. Ese mismo año la empresa cambia su estrategia abriendo dos tiendas para la venta de electrodomésticos al detalle, con el nombre de ALMACENES LA GALERÍA.

Para 1994, ya cuenta con la proveeduría de las principales marcas nacionales e importadas y al mismo tiempo había abierto rápidamente nuevas tiendas en 13 ciudades del Ecuador. En el 2000, la empresa pasó a manos de capitales ecuatorianos, En el 2005, incursionó exitosamente en nuevas líneas como Motos, Celulares, Cómputo. En el año 2007, se inició la importación directa con las principales marcas de video como Sony, LG, Samsung y Panasonic. A finales de ese mismo año Almacenes La Galería realizó su primera titularización de cartera por un monto de 15 millones de dólares vendiéndola exitosamente en el mercado de valores del Ecuador, hasta la actualidad se han realizado 3 titularizaciones por un monto total de 46 millones de dólares. En el 2010 obtuvo un record de ventas, 120 millones de dólares y un crecimiento del 29% y comenzó con el proyecto de estandarización de su imagen en tiendas. En el 2011, obtuvo el mayor crecimiento del sector, logrando ventas de 149 millones de dólares, creciendo el 36%, con presencia en 43 ciudades del Ecuador.

En el 2014, se crean nuevas marcas de tiendas, las cuales están especializadas en la venta de muebles, actualmente cuenta con 124 sucursales y 5 bodegas distribuidas a nivel nacional.

## Visión:

Líderes en la comercialización con rentabilidad, de bienes y servicios para el segmento socioeconómico medio y bajo de la población, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las familias ecuatorianas.

## Misión:

Comercializar a través del financiamiento bienes y servicios para atender las necesidades del mercado ecuatoriano, buscando superar las expectativas de nuestros clientes, asegurando la liquidez y rentabilidad del negocio, involucrando y desarrollando profesionalmente a nuestros colaboradores y actuando con responsabilidad social.

## Logotipo:



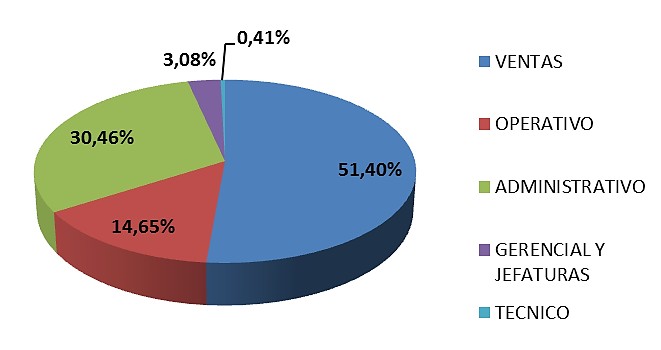
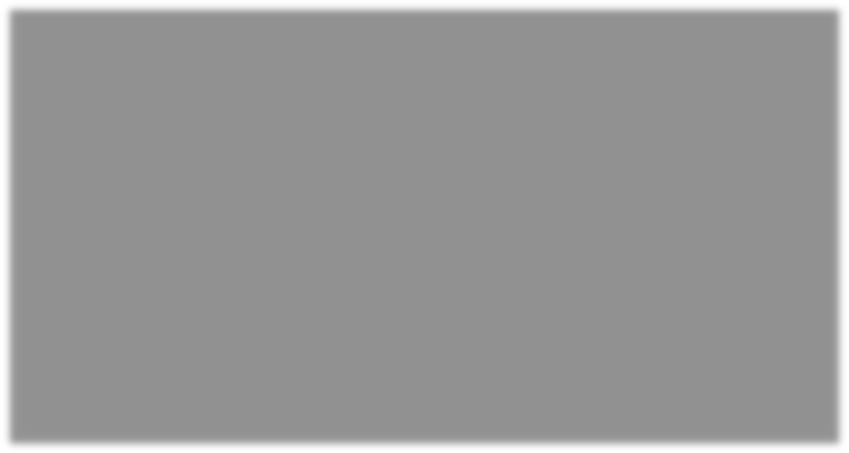
**Figura 6:** Logotipo de la empresa

Fuente: Elaboración propia

## Plantilla de trabajadores:

Almacenes La Galería, en la actualidad cuenta con un total de 1465 empleados distribuidos en tiendas, bodegas y oficinas a nivel nacional, siendo las provincias de Guayas (43,85%), Pichincha (18,21%) y Manabí (10,38%), con la mayor cantidad de colaboradores, en los que se destaca la participación de casi el 40% de personal femenino y cerca del 10% de personal con capacidades especiales.

Están distribuidos en 5 grupos funcionales: ventas, operativo (bodega, crédito y cobranzas), administrativo, gerencial y técnico.

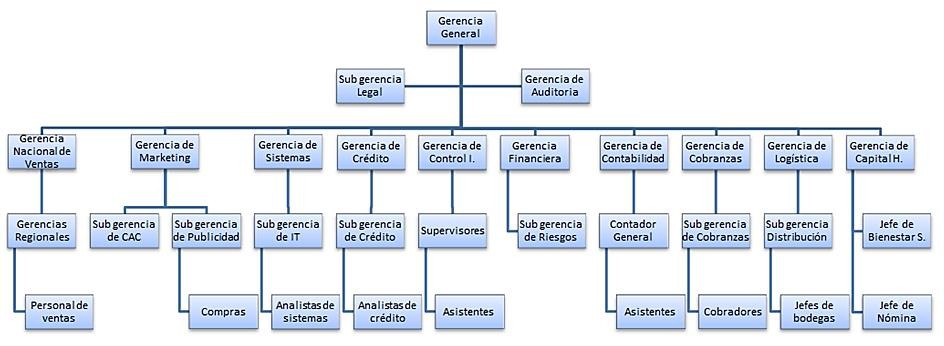
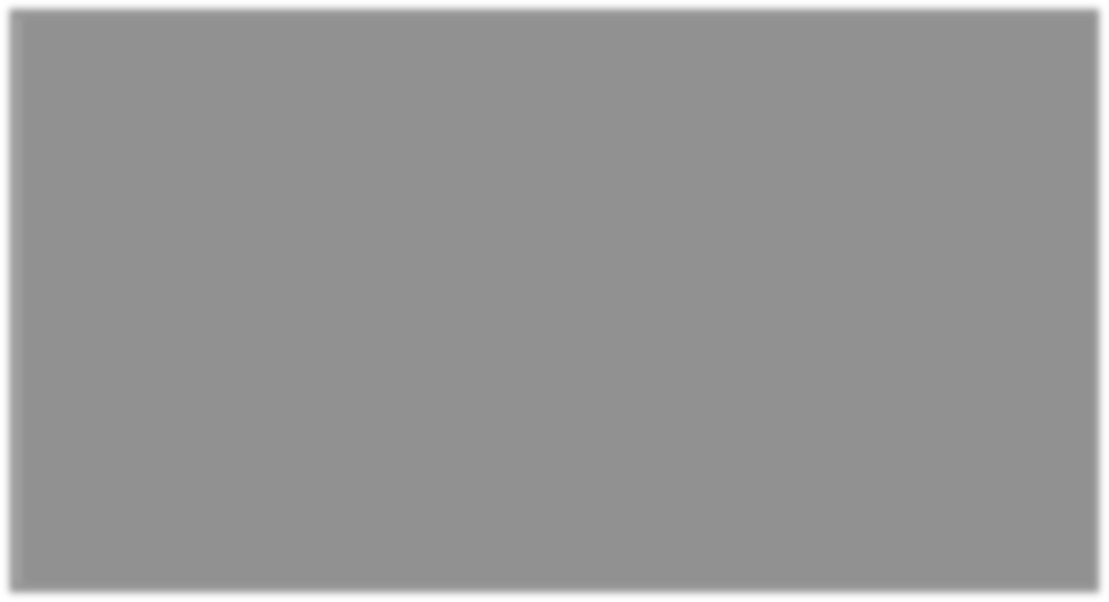


**Figura 7:** Plantilla de trabajadores por categoría ocupacional

Fuente: Elaboración propia

## Estructura organizativa:

Mantiene una estructura organizativa vertical, pero que a medida que los procesos primarios y secundarios se actualizan y mejoran (BPMN), su estructura organizativa funciona vertical y horizontalmente.



**Figura 8:** Organigrama de la empresa

Fuente: Elaboración propia

## Clientes, proveedores y competidores más importantes:

La actividad comercial de la empresa ALMACENES LA GALERIA, está dirigido al sector socioeconómico medio y bajo de la población, siendo un target importante los ciudadanos comprendidos entre 25 y 40 años de edad.

Entre los proveedores que tiene la empresa Almacenes La Galería, se encuentran empresas extranjeras y nacionales; se pretende abarcar la mayor cantidad de proveedores locales con el fin de incentivar y apoyar la manufactura de productos en el país y evitar el consumo desmedido de productos importados. Se detalla cuadro según su participación de consumo en tiendas a nivel nacional:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Proveedores** | **Procedencia** | **Participación** | **Línea de Producción** |
| SAMSUNG | Corea del Sur | 14,01% | Electrodomésticos - Tecnología |
| LG | Corea del Sur | 11,54% | Electrodomésticos - Tecnología |
| SONY | Japón | 10,72% | Electrodomésticos - Tecnología |
| INDURAMA | Ecuador | 9,89% | Electrodomésticos |
| MABE | México | 9,40% | Electrodomésticos |
| HP | USA | 7,91% | Tecnología |
| NOKIA | Finlandia | 5,77% | Celulares |
| PANASONIC | Japón | 4,62% | Electrodomésticos |
| DUREX | Ecuador | 4,45% | Electrodomésticos |
| GLOBAL | Ecuador | 4,29% | Electrodomésticos |
| APPLE | USA | 3,63% | Tecnología |
| ELECTROLUX | Suecia | 2,80% | Electrodomésticos |
| WHIRLPOOL | USA | 2,47% | Electrodomésticos |
| IMACO | Ecuador | 2,31% | Electrodomésticos |
| BAJAJ | India | 1,98% | Motos |
| SUZUKI | Japón | 1,32% | Motos |
| XTRATECH | Ecuador | 1,32% | Tecnología |
| GENERAL ELECTRIC | USA | 0,82% | Electrodomésticos |
| CHAIDE & CHAIDE | Ecuador | 0,74% | Colchones |

**Cuadro 5:** Principales proveedores de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Entre los principales competidores que tiene la empresa Almacenes La Galería, se detallan según su participación de ventas en el mercado ecuatoriano:

|  |  |
| --- | --- |
| **Competidores** | **Participación** |
| ALMACENES COMANDATO | 22,17% |
| ALMACENES LA GANGA | 17,14% |
| MARCIMEX | 14,01% |
| ALMACENES LA GALERIA | 12,04% |
| CRÉDITOS ECONÓMICOS | 9,61% |
| ALMACENES JAPÓN | 8,99% |
| ORVE HOGAR | 8,47% |
| JAHER | 5,91% |
| ELECTROÉXITO | 1,66% |

**Cuadro 6:** Principales competidores

Fuente: Elaboración propia

## Principales productos o servicios:

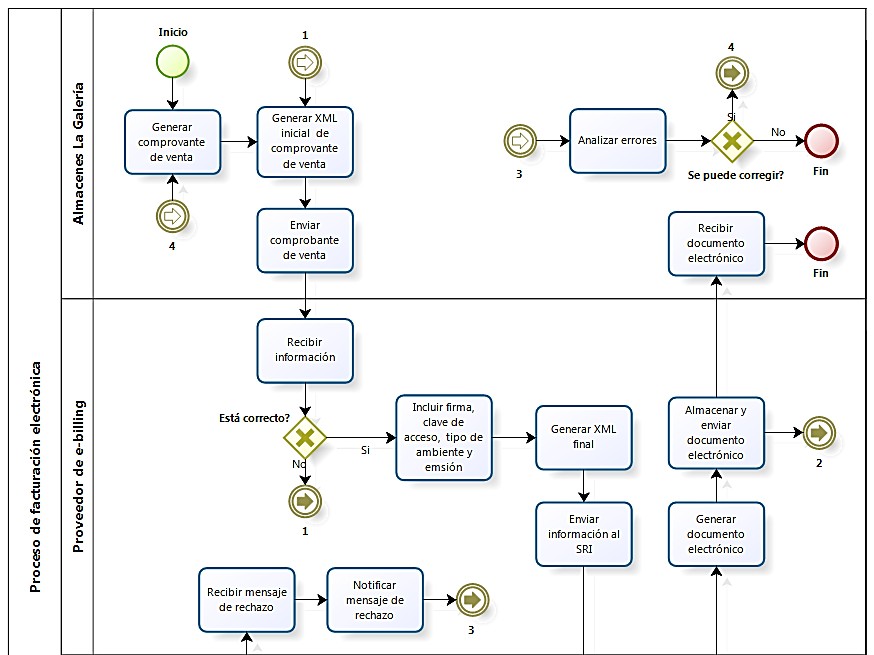
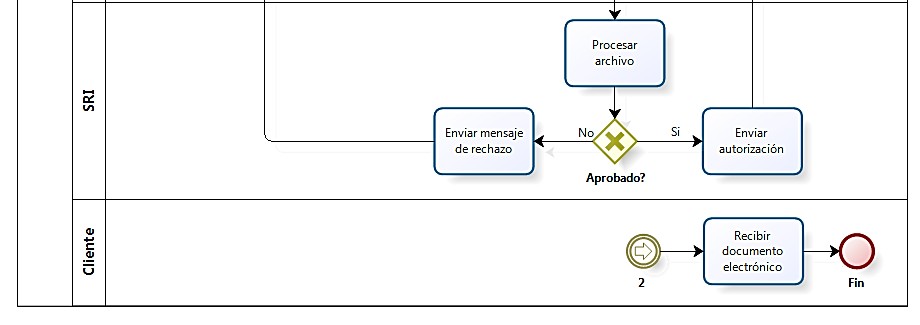
Almacenes la Galería comercializa una extensa gama de productos tecnológicos, electrodomésticos y muebles, en los que sobresalen los siguientes:

* Televisores y sus complementos (DVD, Blu-ray, Antenas de cable, teatro en casa).
* Equipos de audio (mini sess, parlantes, microcomponentes, etc.).
* Aires acondicionados (Split y de ventana)
* Línea blanca (refrigeradoras, vitrinas, congeladores, cocinas, lavadoras, secadoras, microondas, etc.).
* Equipos tecnológicos (computadoras, notebooks, celulares, tablets).
* Motos y sus complementos (llantas y cascos).
* Muebles (juegos de sala y comedor, camas, colchones, etc.)
* Servicio de garantía extendida, que ofrece el área de servicio técnico.

## Descripción del proceso objeto de estudio:

Actualmente la empresa Almacenes La Galería cuenta con un proceso de facturación ejecutado electrónicamente a partir de Diciembre del 2014. El mismo que se ha desarrollado hasta la fecha con la mediación de un proveedor de servicio *e-billing,* es decir, es el responsable del envío y almacenamiento de los comprobantes de ventas electrónicos hacia el Servicio de Rentas Internas y el cliente:

* + - 1. Almacenes La Galería genera el comprobante de venta y el archivo XML inicial, que debe estar conforme a los parámetros que exige el SRI, y los envía al Proveedor de *e-billing*.
      2. El Proveedor recibe archivo, le incluye la firma digital, clave de acceso, tipo de ambiente y tipo de emisión y realiza la transmisión del XML final al SRI. Este envío de información debe ser en línea y no en lotes, es decir, cada vez que se genera un comprobante de venta se deberá correr el proceso de facturación electrónica a través de un Web Service.
      3. El SRI después de recibir el XML final procesa la información y responde con el código de autorización, en caso de ser exitoso, este código se almacena en la base de datos de Almacenes La Galería o se visualiza en las pantallas del sistema comercial el mensaje de rechazo en caso de que haya error.
      4. Cuando el proceso de facturación electrónica ha tenido éxito el Proveedor envía el comprobante electrónico al cliente final y a Almacenes La Galería a través de un e-mail y al portal Web de la empresa en formato RIDE y XML.
      5. Cuando el SRI rechace el XML, notifica al Proveedor y éste lo transmite a Almacenes La Galería y dependiendo del tipo de error se podrá realizar la corrección, caso contrario se desistirá de la venta y se finaliza el proceso. Los registros que se generen producto de las transacciones entre Almacenes La Galería, el SRI y el Proveedor deben de ser guardados por un lapso mínimo de 7 años en una base de datos del Proveedor y de Almacenes La Galería.



**Figura 9:** Proceso de facturación electrónica de la empresa

Fuente: Almacenes la Galería

## Diseño de la investigación:

Según (Trochim, 2005), el diseño de la investigación es el pegamento que mantiene el proyecto de investigación cohesionado. Un diseño es utilizado para estructurar la investigación, para mostrar cómo todas las partes principales del proyecto de investigación funcionan en conjunto con el objetivo de responder a las preguntas centrales de la investigación.

## Enfoques de Investigación:

(Sampieri, 2006) A lo largo de la Historia de la Ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento tales como el empirismo, el materialismo dialectico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo, así como diversos marcos interpretativos tales como la etnografía y el constructivismo, que han originado diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento. Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde la segunda mitad del siglo XX tales corrientes se han polarizado en dos enfoques principales o aproximaciones al conocimiento: el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo de la investigación:

* Cualitativo: utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.
* Cuantitativo: usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizará el enfoque de investigación cuantitativo, puesto que: ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos.

## Tipos de Investigación:

Según (Sampieri, 2006), dentro del enfoque de investigación cuantitativa encontramos los siguientes tipos:

* La Investigación Exploratoria, se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.
* La Investigación Correlacional**,** asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. La utilidad principal de los estudios correlaciónales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables relacionadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en la o las variables relacionadas.
* La Investigación Explicativa**,** va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.
* Investigación Descriptiva**,** busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga.

El problema a analizar: *¿Cuál es el impacto que ha tenido en la satisfacción de los clientes la implementación del servicio e-billing en Almacenes La Galería?,* tiene un alcance de investigación descriptiva, ya que nos permite medir y evaluar el grado de satisfacción de los clientes de Almacenes La Galería a través de la recolección de datos (criterios u opiniones) sobre diversos puntos relacionados con el servicio de *e-billing* o facturación electrónica que ofrece la empresa por medio del proveedor en línea.

## La población y muestra

* + 1. **La población:**

Es el conjunto de elementos o individuos que reúnen las características que se pretenden estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de “población finita” y, cuando no se conoce su número, de “población infinita”. (Gallego, 2004).

Para la determinación de la población, hay que resaltar que gran parte de los clientes de la empresa Almacenes La Galería están dentro del sector socioeconómico medio y bajo de la población del país.

Según el Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010), los habitantes económicamente activos de la ciudad de Guayaquil representan el 65% (528.609 ciudadanos) del total de la población económicamente activa de la provincia del Guayas (1’510.312 ciudadanos), los cuales forman parte del grupo de clientes potenciales de Almacenes La Galería.

Para efectos del presente análisis, la población está constituida por clientes que adquirieron artículos en el primer trimestre del año 2015, en los almacenes ubicados en el sector de la calle 9 de Octubre en el centro de Guayaquil, que da un total de 2670 clientes como población (N).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ítem** | **Informantes** | | | | **Población** |
| **Clientes** | **Ventas 2015** | | |
| **Enero** | **Febrero** | **Marzo** |
| 1 | Almacén A | 268 | 299 | 315 | 882 |
| 2 | Almacén B | 181 | 212 | 247 | 640 |
| 3 | Almacén C | 209 | 177 | 217 | 603 |
| 4 | Almacén D | 185 | 172 | 188 | 545 |
| **Total** | | **843** | **860** | **967** | **2670** |

**Cuadro 7:** La población

Fuente: Almacenes La Galería

## La Muestra:

La muestra es el subconjunto de la población que se selecciona para el estudio, esperando que lo que se averigüe en la muestra nos dé una idea sobre la población en su conjunto. Se seleccionan muestras normalmente porque no es posible o económico estudiar todos y cada uno de los sujetos de una población. (González, 2012).

Para obtener la muestra (n), aplicamos la fórmula:



Se consideraron los siguientes valores:

z2 = 1,65 (Margen de confianza del 90%) p = 0,5 (Varianza de proporción)

q = 0,5 (Varianza de proporción) e2 = 0,10 (Margen de error del 10%)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ítem** | **Estrato** | **Muestra** |
| 1 | Clientes de Almacén A | 20 |
| 2 | Clientes de Almacén B | 16 |
| 3 | Clientes de Almacén C | 15 |
| 4 | Clientes de Almacén D | 15 |
| **TOTAL:** | | **66** |

**Cuadro 8:** La muestra

Fuente: Elaboración propia

## Técnicas e Instrumentos de investigación:

Según menciona (Gómez, 2006), un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente. En términos cuantitativos: captura verdaderamente la “realidad” que se desea capturar.

Entre las técnicas o instrumentos de investigación que permiten calificar y cuantificar las variables de interés, se citan las siguientes:

* + 1. **Lluvia de ideas o *Brainstorming*:**

(Campoy, 2007) Es una técnica grupal que se fundamenta en que el grupo tiene más posibilidades de generar ideas que individualmente. El objetivo es la obtención de la mayor cantidad posible de ideas, que posteriormente serán valoradas.

En consecuencia, se trata de una reunión que debe tener un clima que permita a los participantes expresarse con total libertad, para lo que hay que generar un clima relajado y distendido.

tanto es escenarios formales como naturales, no existe una estructuración de preguntas. (Silva, 2006).

## El método Delphi:

Es un método de prospectiva experto, que busca aprovechar el debate de un grupo de conocedores, con el fin de obtener un consenso y derivar en una conclusión lo más confiable posible. Este método, en algunos casos, se aplica dentro del anonimato, sin que ningún experto conozca la identidad de los otros que componen el grupo de debate. (Fabregas, 2005)

El método Delphi se usa para elaborar pronósticos a largo plazo de la demanda de productos y proyecciones de ventas para nuevos productos, así como también en pronósticos sobre tecnología. Los resultados sirven de guía para el personal de investigación y desarrollo de una empresa. (Krajewski, 2000)

## La entrevista:

(Kvale, 2011) La entrevista es un método de sensibilidad y poder únicos para captar las experiencias y los significados vividos del mundo cotidiano de los sujetos. Las entrevistas permiten a los sujetos expresar a otros su situación desde su propia perspectiva y en sus propias palabras. La entrevista trata de entender el significado de los temas centrales en el mundo vivido de los sujetos.

Consiste en conseguir, mediante preguntas formuladas en el contexto de la investigación o mediante otro tipo de estímulos, por ejemplo visuales, que las personas objeto de estudio emitan informaciones que sean útiles para resolver la pregunta central de la investigación. Puede definirse la entrevista como como un test de estímulo-reacción. (Heinemann, 2003).

## El cuestionario o encuesta:

Es un conjunto articulado y coherente de preguntas para obtener la información necesaria para poder realizar la investigación que la requiere. (Esteban, 2009).

Un cuestionario es un dispositivo de investigación cuantitativo consistente en un conjunto de preguntas que deben ser aplicadas a un sujeto (usualmente individual) en un orden determinado y frente a los cuales este sujeto puede responder adecuando sus preguntas a un espacio restringido o a una serie de respuestas que el mismo cuestionario ofrece. (Cerón, 2006).

(Blázquez, 2001) Podemos considerar al cuestionario como uno de los elementos básicos en la realización de cualquier investigación social. Toda la información que precisemos en una investigación deberá estar recogida del cuestionario.

## Procedimiento de la investigación:

El instrumento de investigación que se utilizó para el análisis de las variables fue la encuesta, la elaboración de su formato incluyó 15 preguntas, las mismas que fueron aplicadas a 66 clientes considerados reiterativos, es decir, aquellos clientes que han recibido el servicio de facturación electrónica en compras anteriores; el lugar de consulta lo constituyeron 4 almacenes ubicados en el sector de la calle 9 de Octubre, en el centro de la ciudad de Guayaquil, los mismos que reportan la mayor cantidad de ventas en esta localidad.

El cuestionario tiene validez y es confiable, porque está compuesto de preguntas y respuestas concretas, orientadas con el servicio *e-billing*, variable dependiente del problema de estudio; y un grado de confianza del 90% en el cálculo del tamaño de la muestra a analizar.

El análisis e interpretación de los resultados obtenidos de este instrumento de investigación permite realizar un diagnóstico sobre el servicio de *e-billing* o facturación electrónica que brinda el proveedor en línea. Este análisis es descriptivo, porque permite cuantificar la frecuencia de los datos obtenidos para la determinación de las incidencias sean éstas positivas o negativas de dicho proceso según el criterio de los encuestados.

Así mismo, revela los aciertos o falencias que tiene el proveedor en línea al momento de enviar los comprobantes de venta electrónicos y que incide significativamente en el grado de satisfacción o descontento en los clientes de Almacenes La Galería con este servicio y brinda la apertura del análisis que permita centralizar el estudio en aquellos puntos considerados críticos que impiden que el proceso de facturación electrónica sea agradable tanto para el cliente como para el personal de la empresa.

# CAPÍTULO IV

# ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

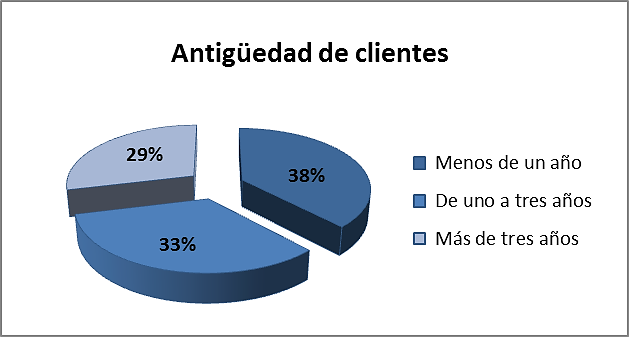
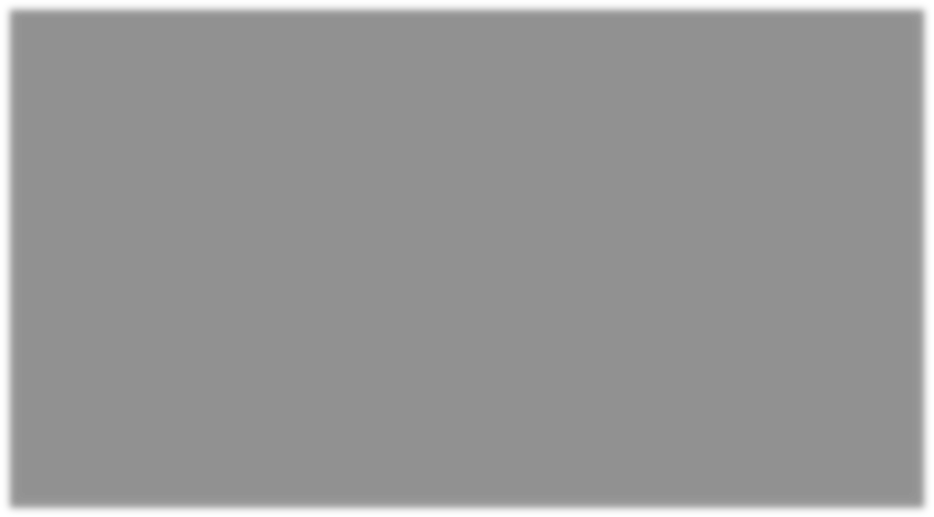
## 4.1 Pregunta No. 1:

**¿Desde qué tiempo es cliente de Almacenes La Galería?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Opciones** | **Frecuencia** | |
| **Absoluta** | **Relativa** |
| Menos de un año | 25 | 38% |
| De uno a tres años | 22 | 33% |
| Más de tres años | 19 | 29% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 9:** Antigüedad de clientes

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 10:** Antigüedad de clientes

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis**: Existe heterogeneidad en la antigüedad de los clientes encuestados, aunque se observa que más de la tercera parte (38%) de la muestra son usuarios que iniciaron sus compras hace menos de un año, lo cual faculta la objetividad del análisis del servicio *e-billing*.

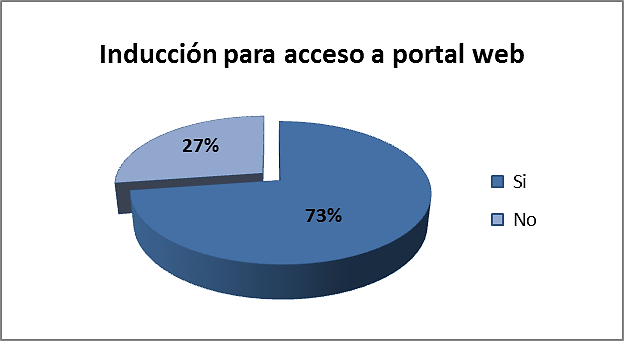
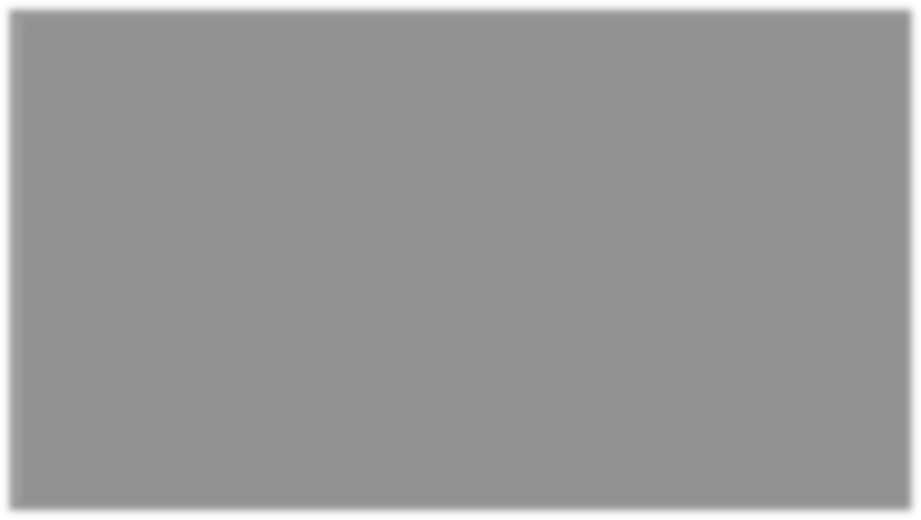
## Al momento de su primera compra, ¿Le llegó de manera clara y precisa por e-mail, como acceder con su usuario y clave para ingresar al portal web, donde está almacenado su comprobante de venta electrónico?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 48 | 73% |
| No | 18 | 27% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 10:** Inducción para acceso a portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Figura 11:** Inducción para acceso a portal web



Fuente: Encuesta de elaboración propia

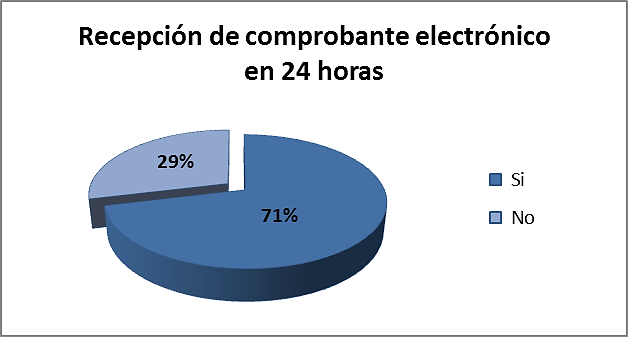
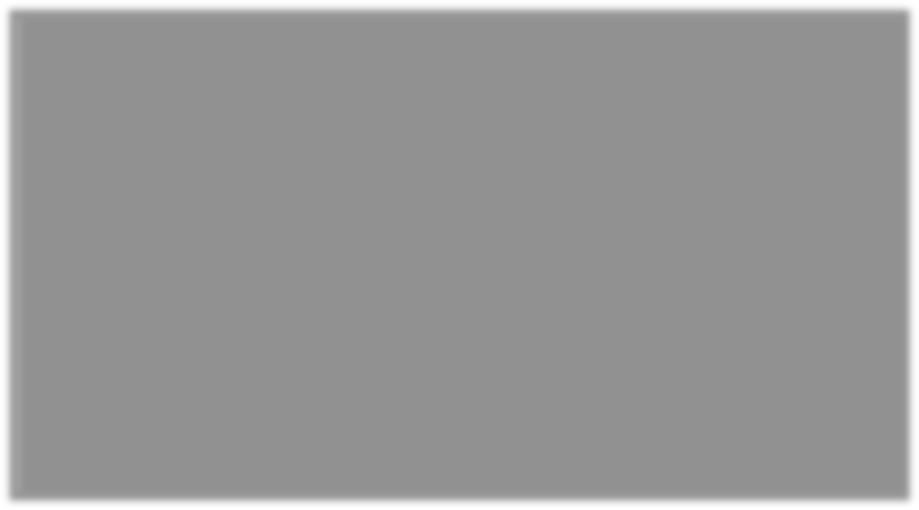
**Análisis:** La mayoría de los clientes encuestados respondieron afirmativamente la recepción vía e-mail de la inducción de acceso al portal web donde están almacenados los comprobantes de venta electrónicos, frente a la negativa del 27%, esto se debería a que el proveedor del servicio no informó oportunamente el acceso al portal o que el cliente no lo entendió correctamente, lo dejó pasar por alto y no le dio importancia, ya que en el e-mail también son anexados para ser descargarlos.

## ¿Recibió en menos de 24 horas su comprobante de venta electrónico en su e-mail?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 47 | 71% |
| No | 19 | 29% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 11:** Recepción de comprobante electrónico en 24 horas

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 12:** Recepción de comprobante electrónico en 24 horas

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** El 71% de los clientes expresó que si recibió su comprobante de venta electrónico en menos de 24 horas, en disyuntiva con el 29% de los encuestados que expresó su inconformidad por el retraso en la recepción del comprobante en su e-mail.

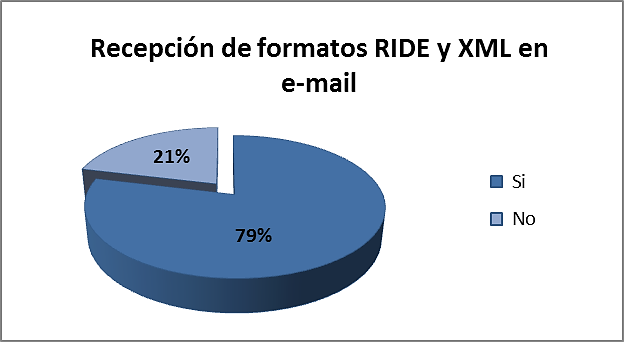
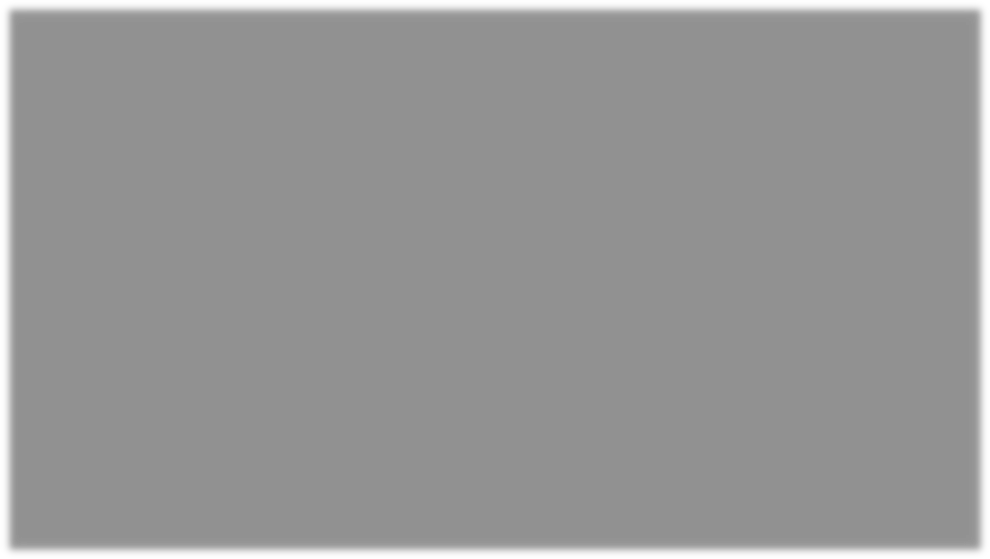
Este inconveniente en algunos casos se origina por el mal ingreso del e- mail del cliente en la solicitud de compra por parte del personal de ventas, y en otros casos por mantenimiento del sistema del proveedor en línea o del Servicio de Rentas Internas.

## ¿Le llegó a su e-mail el comprobante de venta electrónico en los formatos RIDE y XML?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 52 | 79% |
| No | 14 | 21% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 12:** Recepción de formatos RIDE y XML en e-mail

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 13:** Recepción de formatos RIDE y XML en e-mail

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Hay una amplia mayoría (52 clientes) en aquellos usuarios que han recibido sus comprobantes de venta electrónicos en formatos RIDE y XML en sus e-mails, sólo 14 de los 66 encuestados indicó no haberlos recibidos en los formatos antes citados.

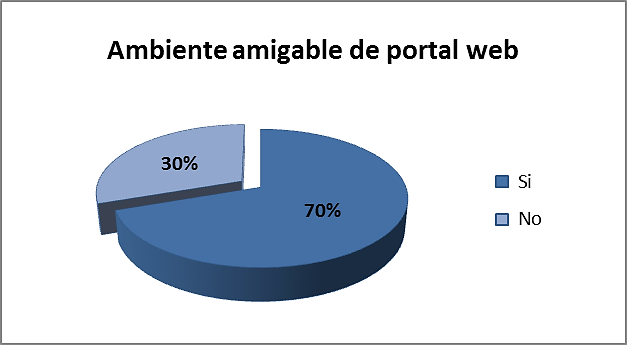
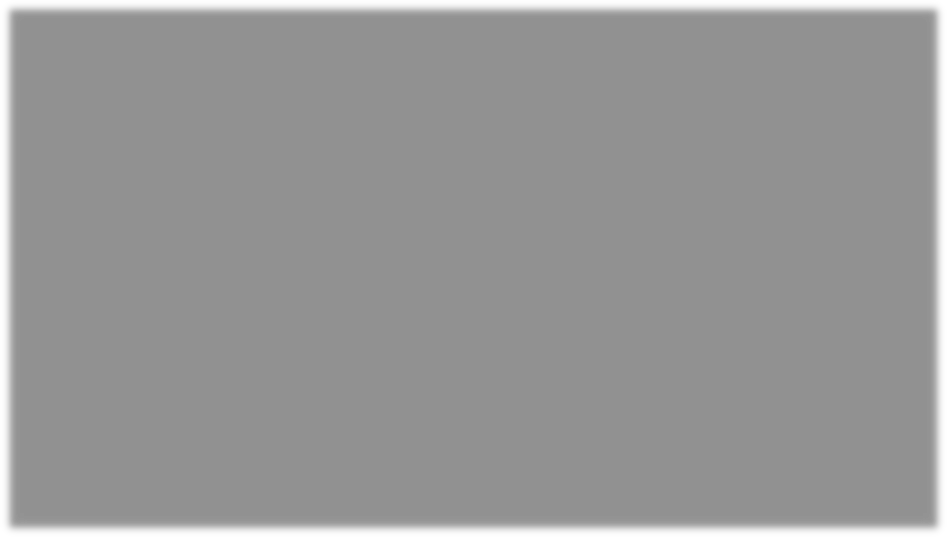
Esta insuficiencia no sólo vendría por parte del proveedor sino también de la configuración del correo electrónico del cliente en menor proporción.

## ¿Tiene un ambiente amigable el portal web, es decir, de fácil navegación para el acceso a sus comprobantes de venta electrónicos?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 46 | 70% |
| No | 20 | 30% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 13:** Ambiente de portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 14:** Ambiente de portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** El 70% de los encuestados afirmó que el portal web de la empresa Almacenes La Galería tiene un ambiente amigable con el usuario, es decir, que permite el ingreso y la visualización de los comprobantes de venta electrónicos de manera fácil y rápida.

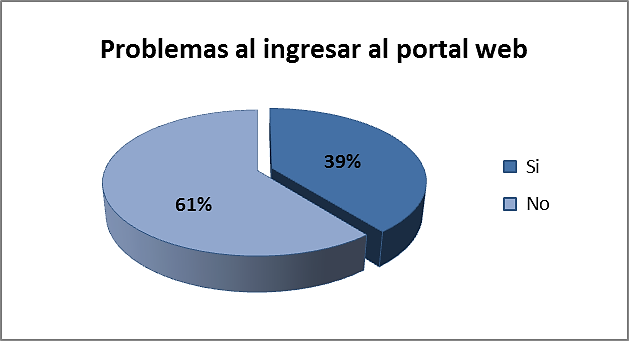
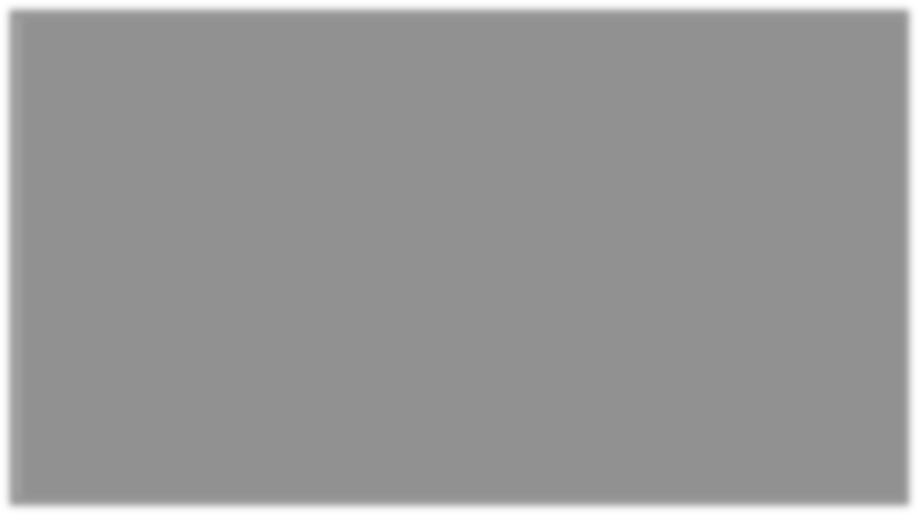
El 30% de los consumidores estuvo en desacuerdo con este planteamiento, en la mayoría de los casos se debe al poco conocimiento del manejo de aplicativos informáticos de nuestros clientes.

## ¿Tuvo problemas al momento de ingresar al portal web con su usuario y contraseña?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 26 | 39% |
| No | 40 | 61% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 14:** Problemas al ingresar al portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 15:** Problemas al ingresar al portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Existe una ventaja del 61% entre los clientes que afirman no haber tenido inconvenientes al momento de ingresar al portal web de la empresa, versus el 39% que citaron tener algún tipo de inconveniente con el acceso al portal.

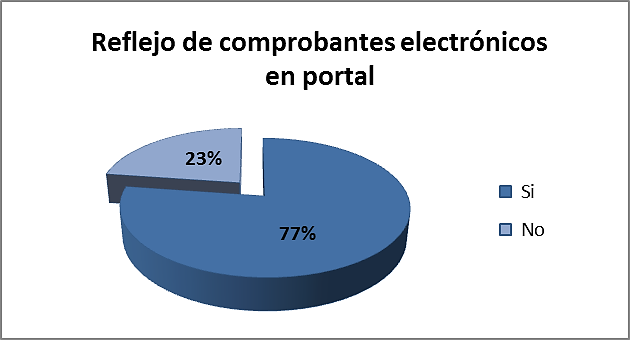
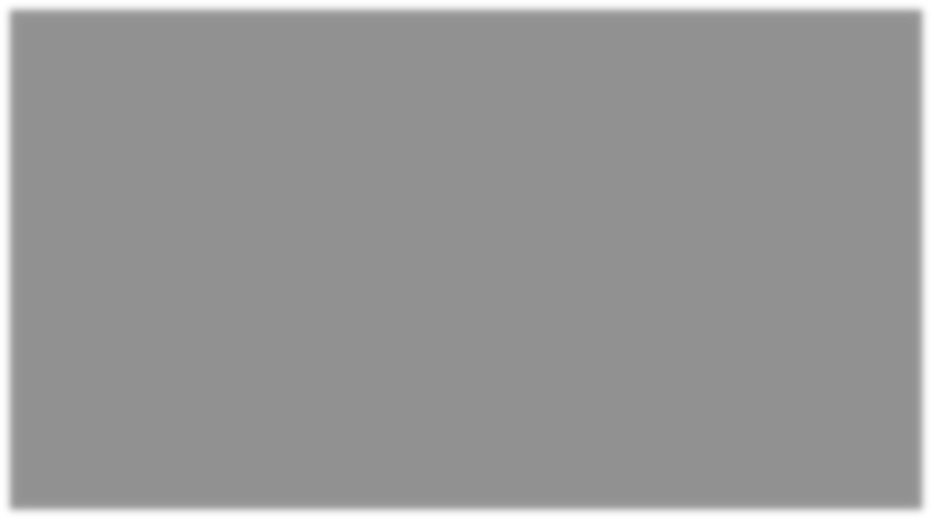
En la mayoría de los casos este inconveniente se debe a que al momento de que el cliente ingresa su usuario y contraseña, le aparece un mensaje de invalidez, para lo cual el personal de ventas del almacén tiene que a resetear el usuario del cliente para que éste pueda acceder, y en otros casos se debe a la lentitud con la que se carga la página.

## ¿Se encuentran reflejados en el portal web sus comprobantes de venta electrónicos?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 51 | 77% |
| No | 15 | 23% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 15:** Reflejo de comprobantes electrónicos en portal

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 16:** Reflejo de comprobantes electrónicos en portal

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Las opiniones en esta pregunta son de vital importancia, ya que la razón de existir del portal web es que contenga y almacene los comprobantes de venta electrónicos de los clientes de la empresa.

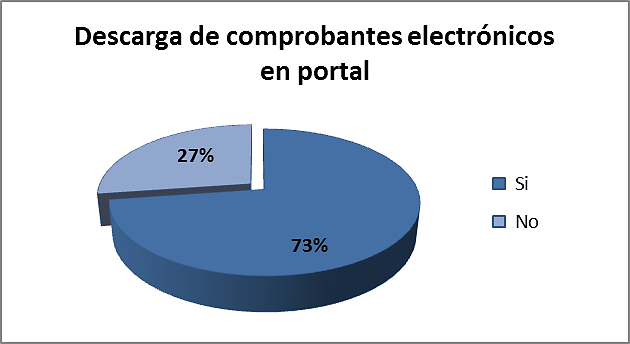
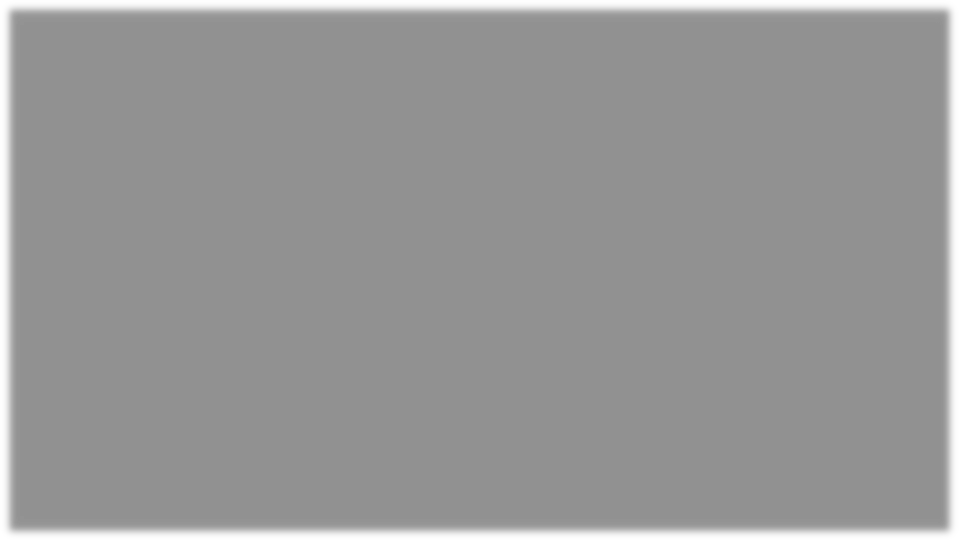
Se observa que un 23% de los encuestados no tuvieron acceso a sus documentos electrónicos en esta página, lo que representa un punto crítico para la efectiva administración del servicio por parte del proveedor en línea.

## ¿Puede descargar el comprobante de venta electrónico en formato RIDE y XML en el portal web?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 48 | 73% |
| No | 18 | 27% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 16:** Descarga de comprobantes electrónicos en portal

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 17:** Descarga de comprobantes electrónicos en portal

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** El 73% de los clientes encuestados respondieron afirmativamente a la descarga de sus documentos electrónicos en el portal web. El 27% no lo logró, esto se debería al desconocimiento de cómo hacerlo, a pesar de que existe una opción de manual de usuario donde se detalla el procedimiento a realizar.

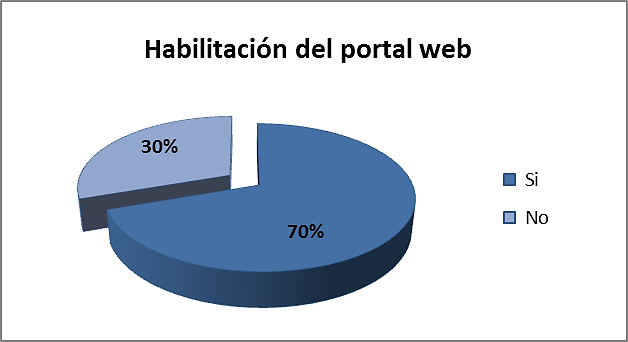
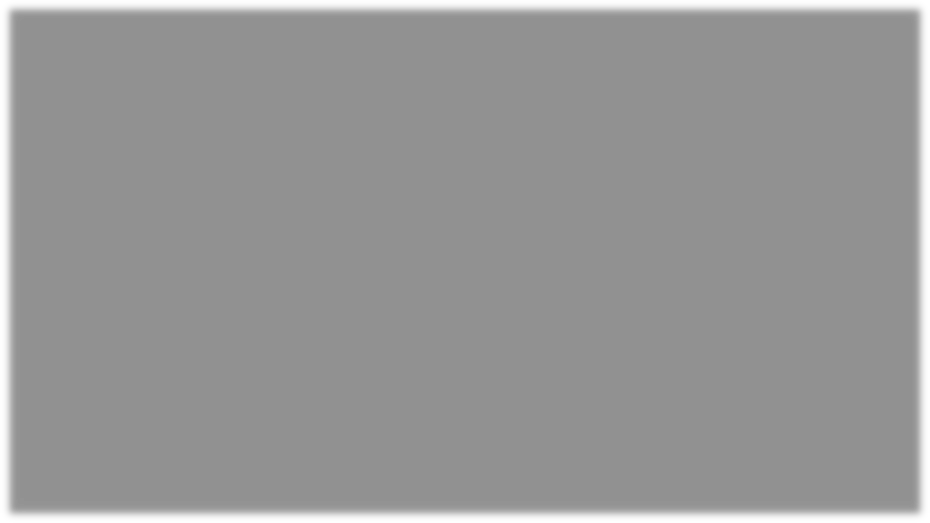
Existen clientes que si descargan el documento electrónico pero no lo puede abrir por configuración del ordenador que no tiene habilitado la visualización de documentos en PDF.

## ¿Está habilitado las 24 horas del día el portal web?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 46 | 70% |
| No | 20 | 30% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 17:** Habilitación del portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 18:** Habilitación del portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** La habilitación del portal web las 24 horas del día también es de suma importancia para la satisfacción del cliente, para que éste pueda acceder a sus comprobantes de venta electrónicos en cualquier horario de su agrado.

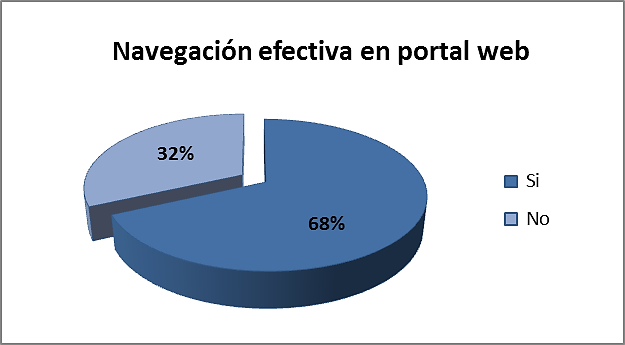
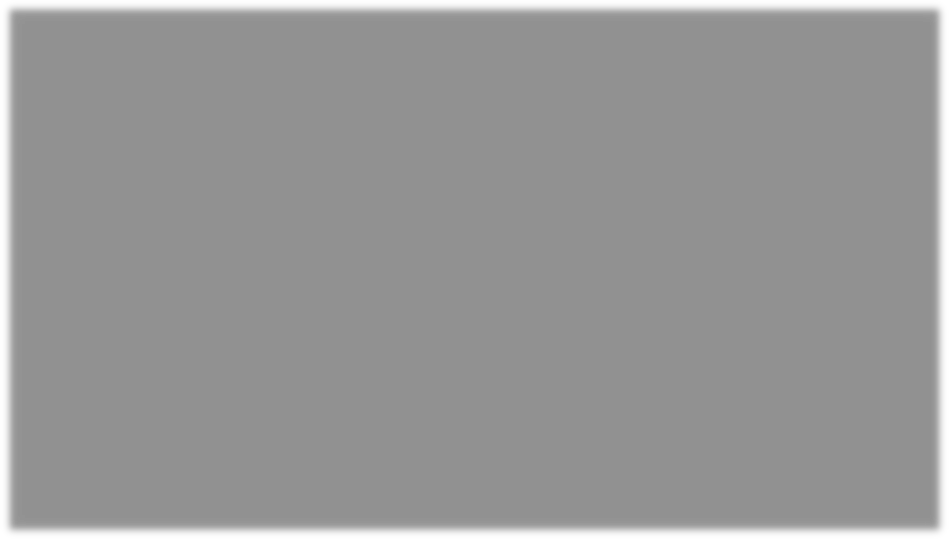
El 70% de los encuestados indicaron no haber tenido inconvenientes con el acceso a la página en diferentes itinerarios, en cambio el 30% de los clientes aseveró tener problemas sobre todo a tempranas horas del día. Este es un problema que tiene que ver directamente con el proveedor en línea.

## ¿Es rápido de abrir y navegar el portal web?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 45 | 68% |
| No | 21 | 32% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 18:** Navegación efectiva en portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 19:** Navegación efectiva en portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Como se detalló en las preguntas anteriores**,** para brindar un buen servicio a los clientes es importante el correcto funcionamiento del portal web de la empresa, para lograr aquello éste debe ser ágil y seguro.

Sólo el 68% de los clientes afirmaron que el portal web es rápido al abrir y navegar, mientras que el 32% expresó lo contrario.

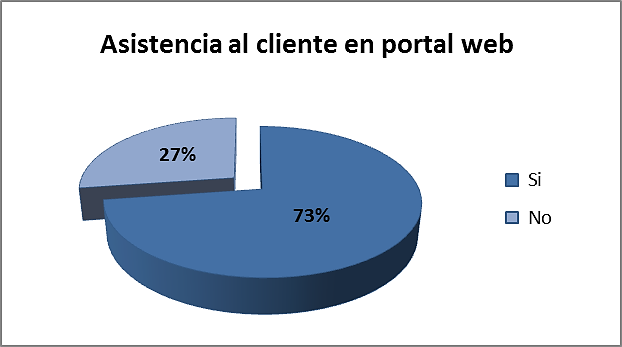
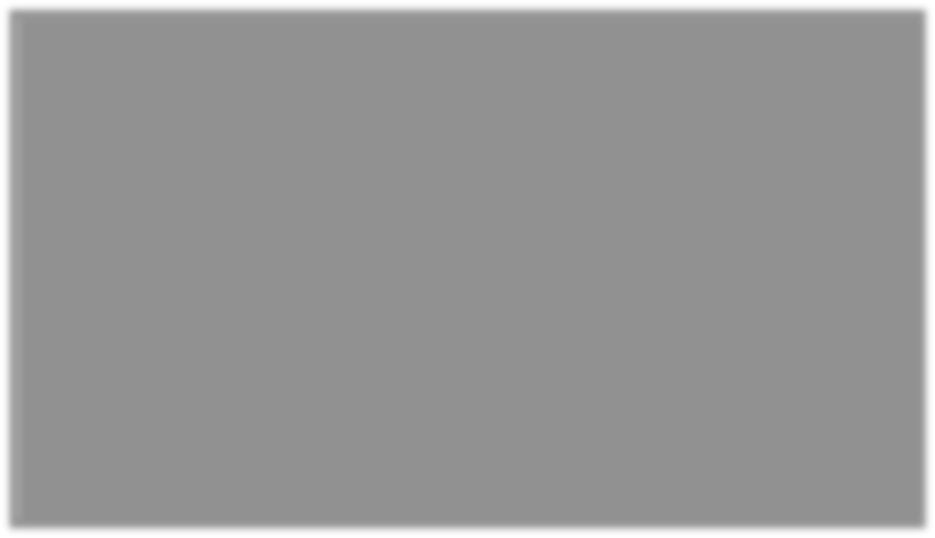
Es obligación del proveedor en línea ofrecer un buen servicio para que la cifra de aceptación sea mayor al 80% requerido.

## ¿Se especifica en el portal web, los teléfonos / e-mails de ayuda y servicio al cliente?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 48 | 73% |
| No | 18 | 27% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 19:** Asistencia al cliente en portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 20:** Asistencia al cliente en portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Un 73% del total de los encuestados afirma que el portal web cuenta con asistencia al cliente en caso de presentarse un problema al momento de consultar sus documentos electrónicos. Mientras que el 27% afirma que el portal web no lo especifica.

Este descontento en gran parte se debe al escaso conocimiento informático de ciertos clientes de Almacenes La Galería, y en otros a la complejidad del mismo para su acceso oportuno.

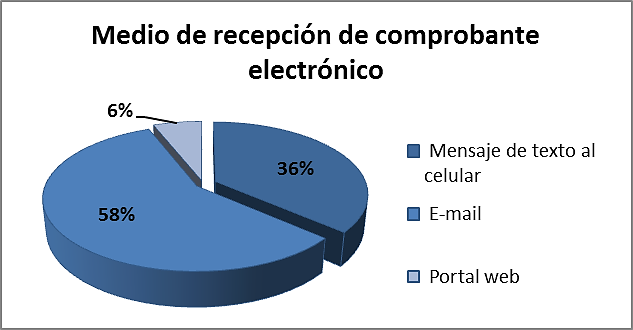
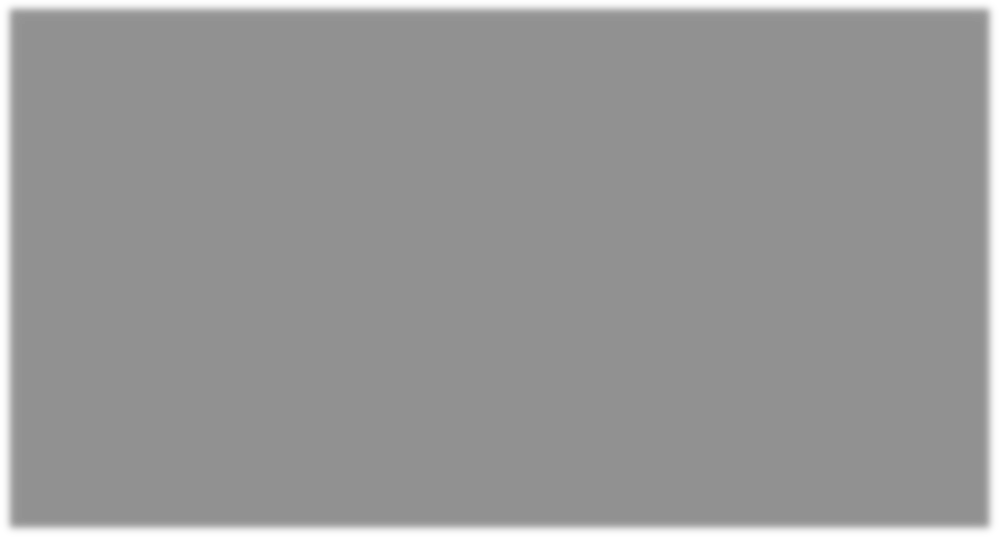
## ¿Por qué medio le gustaría recibir sus comprobantes de venta electrónicos?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Mensaje de texto al celular | 24 | 36% |
| E-mail | 38 | 58% |
| Portal web | 4 | 6% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 20:** Medio de recepción de comprobante electrónico

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Figura 21:** Medio de recepción de comprobante electrónico



Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** En esta pregunta queda demostrada la inconformidad de los clientes con el uso del portal web de la empresa para recibir y visualizar sus comprobantes de venta electrónicos, sólo 4 (6%) de los 66 encuestados prefirió recibir sus documentos por esta vía.

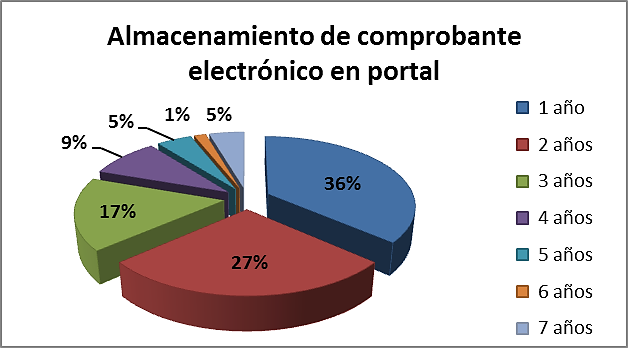
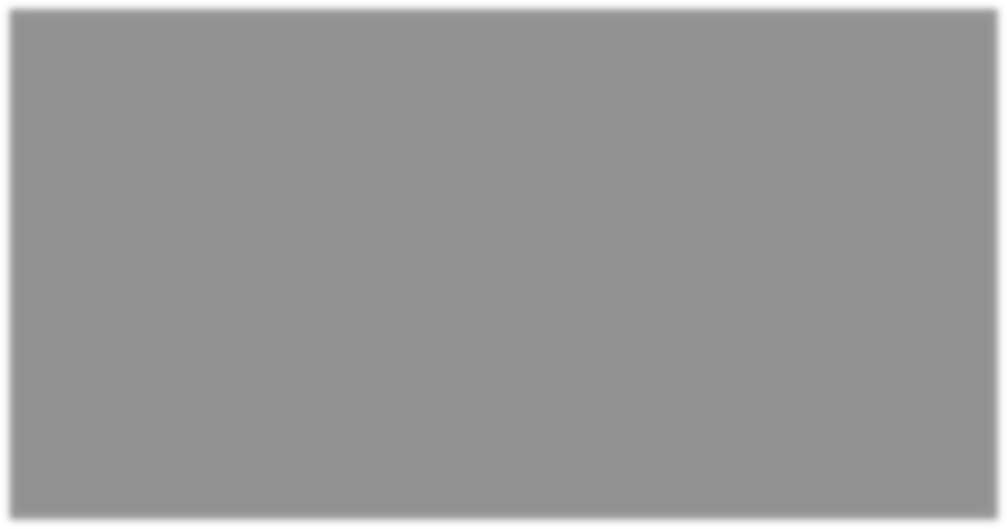
La mayoría optó por recibir sus documentos electrónicos por e-mail (58%) y por mensaje de texto al celular (36%), esto se debe a la facilidad de uso de estos medios en comparación al portal web, el cual es completamente novedoso para el cliente.

## ¿Qué tiempo le gustaría tener almacenado su comprobante de venta electrónico en el portal web? (Actualmente el servicio es de 1 año).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| 1 año | 24 | 36% |
| 2 años | 18 | 27% |
| 3 años | 11 | 17% |
| 4 años | 6 | 9% |
| 5 años | 3 | 5% |
| 6 años | 1 | 2% |
| 7 años | 3 | 5% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 21:** Almacenamiento de comprobante electrónico en portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 22:** Almacenamiento de comprobante electrónico en portal web

Fuente: Encuesta de elaboración propia

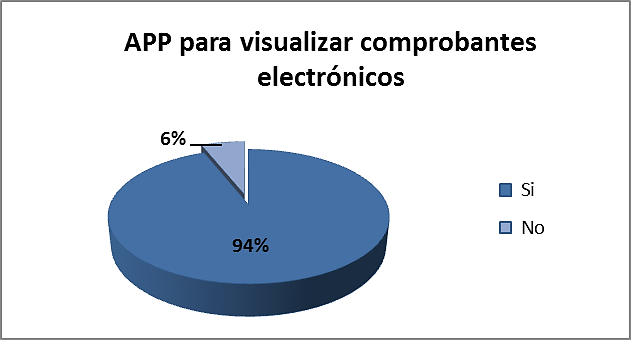
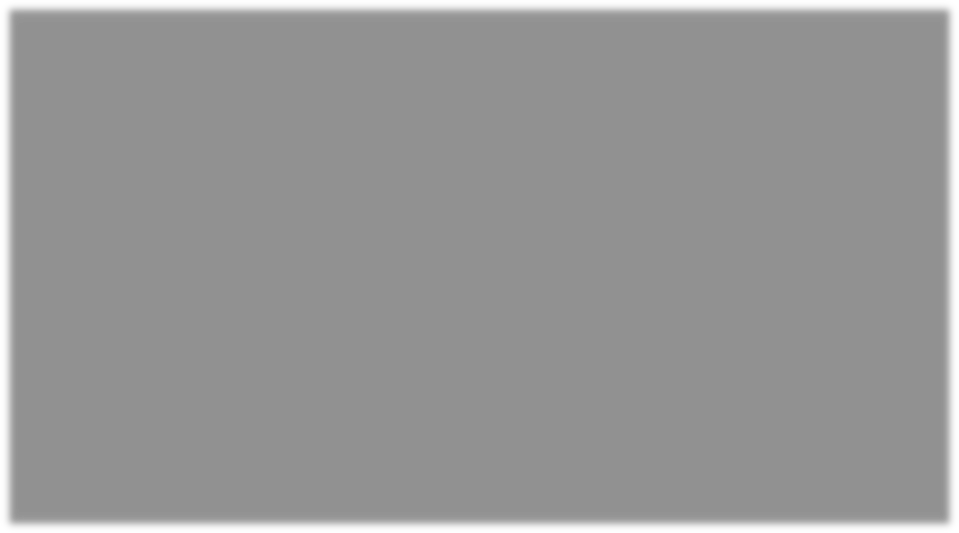
**Análisis:** Los clientes encuestados desean tener almacenado sus documentos electrónicos en el portal web de la empresa el menor tiempo posible: 1 año (36%), 2 años (27%) y 3 años (17%). Esto se debe en gran parte a la desconfianza de pérdida de sus comprobantes por parte del proveedor en línea.

## ¿Le gustaría tener una APP (aplicación web) de Almacenes la Galería para visualizar sus comprobantes de venta electrónicos?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Opciones | Frecuencia | |
| Absoluta | Relativa |
| Si | 62 | 94% |
| No | 4 | 6% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 22:** APP para visualizar comprobantes electrónicos

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 23:** APP para visualizar comprobantes electrónicos

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Existe una aprobación casi total (94%) de los clientes que desearían tener una APP (aplicación web) de Almacenes La Galería para recibir, visualizar y descargar sus comprobantes de venta electrónicos.

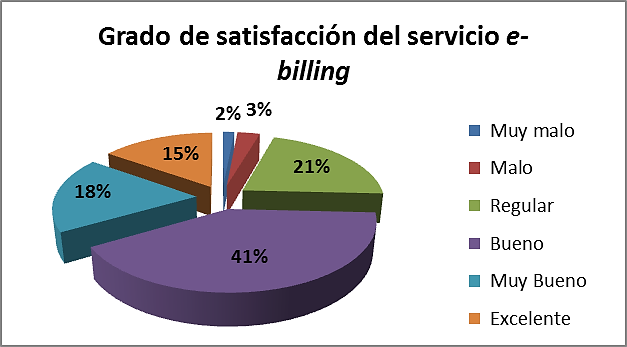
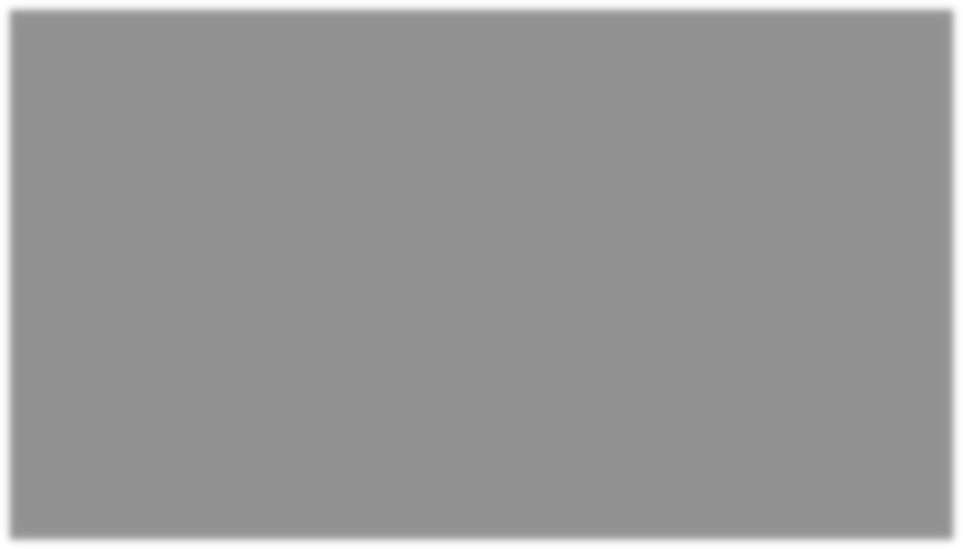
Esto se debe al uso cotidiano de teléfonos inteligentes en la población y a la tendencia de descargar aplicaciones web para complementar y facilitar el comercio entre los usuarios y las empresas vía online.

## ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio de facturación electrónica que tiene la empresa desde Enero del 2015?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Opciones** | **Frecuencia** | |
| **Absoluta** | **Relativa** |
| Muy malo | 1 | 2% |
| Malo | 2 | 3% |
| Regular | 14 | 21% |
| Bueno | 27 | 41% |
| Muy Bueno | 12 | 18% |
| Excelente | 10 | 15% |
| **Total** | **66** | **100%** |

**Cuadro 23:** Grado de satisfacción del servicio *e-billing*

Fuente: Encuesta de elaboración propia



**Figura 24:** Grado de satisfacción del servicio *e-billing*

Fuente: Encuesta de elaboración propia

**Análisis:** Un servicio de facturación electrónica Bueno (41%) es lo que la mayoría de los clientes opinó en esta encuesta; seguido de Regular (21%), Muy Bueno (18%) y Excelente (15%). Lejos están los comentarios negativos de Malo (3%) y Muy Malo (2%). Lo que da a entender que el servicio e-billing que ofrece en conjunto la empresa y el proveedor en línea es del agrado del consumidor a pesar de ciertas falencias que se deben corregir y mejorar.

Después del análisis de las opiniones vertidas por los clientes de la empresa Almacenes La Galería a través de la encuesta; se han detectado los puntos críticos por los cuales el servicio *e-billing* no satisface íntegramente a nuestros consumidores.

La mayor parte de las quejas o insatisfacciones están advertidas por el mal funcionamiento del portal web, ya sea por su lentitud al cargar, por problemas en el ingreso, o su complejidad en el uso para aquellos clientes con escasos conocimientos informáticos. Para esto el personal de ventas de los almacenes debe tener la capacidad necesaria para auxiliar en todo momento a los clientes que presenten dudas o inconvenientes para acceder a su comprobante de venta electrónico, ya sea a su cuenta de e- mail o al portal web de la empresa.

De igual manera se evidenciaron insuficiencias en el envío de los documentos electrónicos por e-mail, aunque en menor relevancia, este punto debe ser mejorado por el proveedor en línea, ya que la gran mayoría de los consumidores prefieren recibir el comprobante por este medio y no depender del ingreso al portal web.

# PLAN DE MEJORAS

Con el objetivo de corregir las falencias detectadas en la encuesta del servicio *e-billing* que actualmente ofrece la empresa Almacenes La Galería, se ha elaborado un plan de mejoras para incrementar significativamente el grado de satisfacción de los clientes a partir del mes de Agosto del 2015.

Identificar y

corregir inconsistencias

Capacitar a

personal de ventas

Monitorear

servicio *e-billing*

**Figura 25:** Plan de mejoras

Fuente: Elaboración propia

La propuesta pretende mejorar el servicio que ofrece el proveedor en línea con el envío de los comprobantes de venta electrónicos a los consumidores, sean éstos al e-mail del usuario o al portal web de la empresa. Para lograr aquello tiene que identificarse los puntos críticos e inconsistencias que presenta el sistema versus el portal web, realizar compromisos para el seguimiento, solución y monitoreo de los problemas.

Así mismo, se aspira mejorar la calidad de asistencia o soporte del personal de ventas con el servicio *e-billing.* Para conseguir esto la empresa deberá capacitar técnicamente y brindar las herramientas necesarias no sólo para guiar al cliente con el proceso, sino también que pueda intervenir y solucionar cualquier tipo de inconveniente que presente el servicio de facturación electrónica.

## Evaluación Impacto

Se tiene previsto realizar en Noviembre de 2015 una nueva encuesta de servicio *e-billing*, para monitorear el impacto que ha tenido la propuesta planteada para mejorar el proceso.

|  |
| --- |
| **Oportunidad de mejora:** Incrementar el grado de satisfacción del servicio *e-billing* en clientes. |
| **Meta:** Brindar un servicio eficiente de *e-billing* para el segundo semestre del año 2015. |
| **Responsables:** Almacenes La Galería y proveedor de servicio en línea. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **¿Qué?** | **¿Quién?** | **¿Cómo?** | **¿Por qué?** | **¿Dónde?** | **¿Cuándo?** |
| Mejorar el servicio y la plataforma del portal web.  Mejorar la asistencia al cliente con el servicio *e- billing*. | Proveedor de servicio en línea.  Personal de ventas de Almacenes La Galería. | Corregir las inconsistencias que presentan el sistema y el portal web.  Capacitar técnicamente para el apoyo a clientes y solución de posibles inconvenientes que presente el servicio *e- billing.* | Necesidad de incrementar el grado de satisfacción del cliente con el uso del portal web.  Necesidad de brindar un eficiente servicio de *e-billing.* | Almacenes La Galería.  Almacenes La Galería. | Desde Agosto 2015.  Desde Agosto 2015. |

**Cuadro 24:** Plan de mejoras

Fuente: Elaboración propia

## Diagramas de Gantt de Plan de mejoras:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mejorar el servicio y la plataforma del portal web.** | | | **ago-15** | | **sep-15** | | | | **oct-15** | | | | **nov-15** |
| **Ord.** | **ACTIVIDADES** | **Responsable** | **Sem 3** | **Sem 4** | **Sem 1** | **Sem 2** | **Sem 3** | **Sem 4** | **Sem 1** | **Sem 2** | **Sem 3** | **Sem 4** | **Sem 1** |
| **1** | Identificar inconsistencias en portal web. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | Establecer soluciones de inconsistencias. | Ambas partes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | Corregir inconsistencias. | Proveedor |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | Monitorear correcciones en el portal web. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | Reportar novedades en el servicio e-billing. | Ambas partes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6** | Realizar encuesta de servicio e-billing. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Cuadro 25:** Planificación de plan de mejora punto 1

Fuente: Encuesta de elaboración propia

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mejorar asistencia al cliente con el servicio e-billing.** | | | **ago-15** | | **sep-15** | | | | **oct-15** | | | | **nov-15** |
| **Ord.** | **ACTIVIDADES** | **Responsable** | **Sem 3** | **Sem 4** | **Sem 1** | **Sem 2** | **Sem 3** | **Sem 4** | **Sem 1** | **Sem 2** | **Sem 3** | **Sem 4** | **Sem 1** |
| **1** | Diseñar proceso de asistencia. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | Elaborar material didáctico. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | Capacitar a personal de ventas. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | Monitorear asistencia al cliente. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | Realizar encuesta de servicio e-billing. | Alm. La Galería |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Cuadro 26:** Planificación de plan de mejora punto 2

Fuente: Encuesta de elaboración propia

Luego de haber realizado la “Evaluación del impacto que ha tenido en los clientes el servicio *e-billing* de la empresa Almacenes La Galería en el primer trimestre del 2015”, se concluye:

Se cumplieron al 100% los objetivos establecidos en el Capítulo 1, en la que se pretende mejorar el proceso de facturación electrónica en la empresa Almacenes La Galería implementado desde Diciembre del 2014.

Es importante la estabilidad o implementación de la facturación electrónica en la empresa Almacenes La Galería, ya que su correcta aplicación influye sustancialmente en los procesos de las áreas de distribución, ventas y administración. Tener funcionando la aplicación tiene como impacto favorable el apoyo al medio ambiente, la automatización de las operaciones comerciales, y la reducción de costos administrativos.

El servicio *e-billing* que ofrece el proveedor en línea no satisfizo íntegramente a los clientes en el primer trimestre del año 2015, principalmente por las dificultades en el acceso del portal web, y en menor relevancia por la demora en la recepción de los documentos en el correo electrónico del cliente.

Hay descontento en el 25% de los clientes encuestados, sobre todo para aquellos que no están familiarizados con el uso de aplicativos informáticos.

Existe poco control y monitoreo de Almacenes La Galería para dar seguimiento y solución a los problemas reportados por el personal de ventas y sistemas.

La empresa Almacenes La Galería tiene que realizar revisiones periódicas de las operaciones realizadas en este proceso, a fin de encontrar irregularidades que impidan su eficaz desempeño.

Para una eficiente administración del servicio *e-billing*, es importante el compromiso de trabajo tanto del proveedor en línea como de la empresa para solucionar en conjunto los inconvenientes existentes y venideros en el proceso de facturación electrónica.

La empresa Almacenes La Galería debe revisar periódicamente las normas impartidas por el SRI y actualizar la plataforma *e-billing* con dichos cambios y realizar mantenimientos preventivos a la infraestructura de los equipos.

La empresa Almacenes La Galería tiene que impartir nuevas capacitaciones, tanto de servicio al cliente como de la parte operativa del proceso de facturación electrónica al personal de ventas, con el fin de conseguir que los vendedores expliquen a aquellos consumidores con escasos conocimientos informáticos cómo acceder sin problemas a sus comprobantes de venta electrónicos.

La empresa Almacenes La Galería debe crear un manual de usuario y preguntas frecuentes en la página web de la empresa y que existan campañas informativas en folletos repartidos en los almacenes a nivel nacional.

Para monitorear el agrado de los clientes con el servicio *e-billing* que ofrece el proveedor en línea, la empresa Almacenes La Galería debe efectuar encuestas en cada trimestre a fin de evaluar el servicio ofrecido.

Arboleda, C. (20 de 04 de 2015). Experiencia con el servicio e-billing. (C. Lay, Entrevistador)

Blázquez, B. H. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social.*

Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Cadena, P. (2006). La factura electrónica en el Ecuador. *Foro*, 241-267.

Campoy, D. M. (2007). *Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa, técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial.* Vigo: Ideaspropias Editorial.

Cerón, M. C. (2006). *Metodologías de la investigación social.* Santiago: LOM Ediciones.

Congreso Nacional del Ecuador. (10 de 04 de 2002). Ley No. 2002-67 de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos. Quito, Ecuador: Registro Oficial No. 557.

Departamento de Estudios Tributarios, S. (2008). Historia del Sistema Tributario Ecuatoriano 1950-1999. *Fiscalidad* , 85-124.

Esteban, I. G. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial.*

Madrid: ESIC Editorial.

Fabregas, J. L. (2005). *Gerencia de proyectos de tecnología de información.* Caracas: Colección Minerva .

Gallego, C. F. (2004). Cálculo del tamaño de la muestra. *Matronas Profesión*, 5-13.

Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica.* Córdova: Editorial Brujas.

González, A. H. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación .* Valencia : Universidad Politécnica de Valencia .

Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte .* Barcelona : Paidotribo.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadisticas y Censos*. Recuperado el 05 de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-> content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf

Koch, B. (2013). *Informe de E-Invoicing / E-Billing.* Zurich: Billentis.

Krajewski, L. J. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis.* México D.F.: Pearson Educación .

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa.* Madrid: Ediciones Morata.

Pazmiño, V. (Enero de 2015). Tesis de grado: Análisis de la Implementación de Facturación Electrónica en el Ecuador-Ventajas y Desventajas frente a la Facturación Física. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

Reyes , A. (2014). Tesis de grado: Implementación del nuevo esquema de emisión de comprobantes de venta electrónicos en la Unidad Educativa Academia Naval Almirante Illingworth S.A. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación .* México D.F.: McGraw-Hill.

SAT, S. d. (04 de 04 de 2011). *Política Digital en línea.* Obtenido de <http://www.politicadigital.com.mx/?P=leernoticia&Article=20866>

Servicio de Rentas Internas. (2014). *Comprobantes de ventas*. Recuperado el 02 de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/comprobantes-de-venta>

Servicio de Rentas Internas. (2014). *Requisitos para emitir comprobantes electrónicos*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/10111>

Servicio de Rentas Internas. (04 de 2015). *Ficha Técnica "Emisión de comprobantes electrónicos" versión 1.10.* Quito: Servicio de Rentas Internas.

Servicio de Rentas Internas. (2015). *Guía básica de Comprobantes Electrónicos*. Obtenido de [http://www.sri.gob.ec/documents/156146/0/pdf+FACTURACION+E](http://www.sri.gob.ec/documents/156146/0/pdf%2BFACTURACION%2BE) LECTRONICA+V1\_out\_03\_03\_2015.pdf/489fb78d-5e8d-4a01- 808f-b4417d1842dc

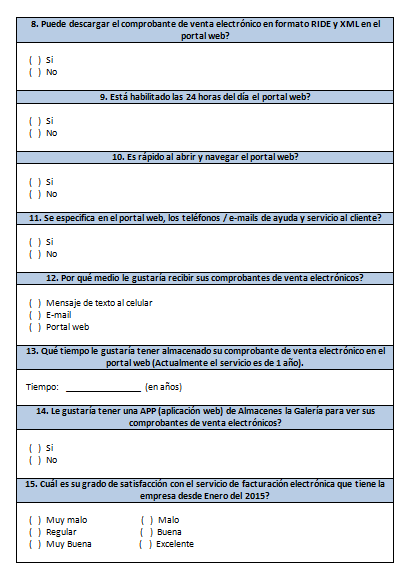
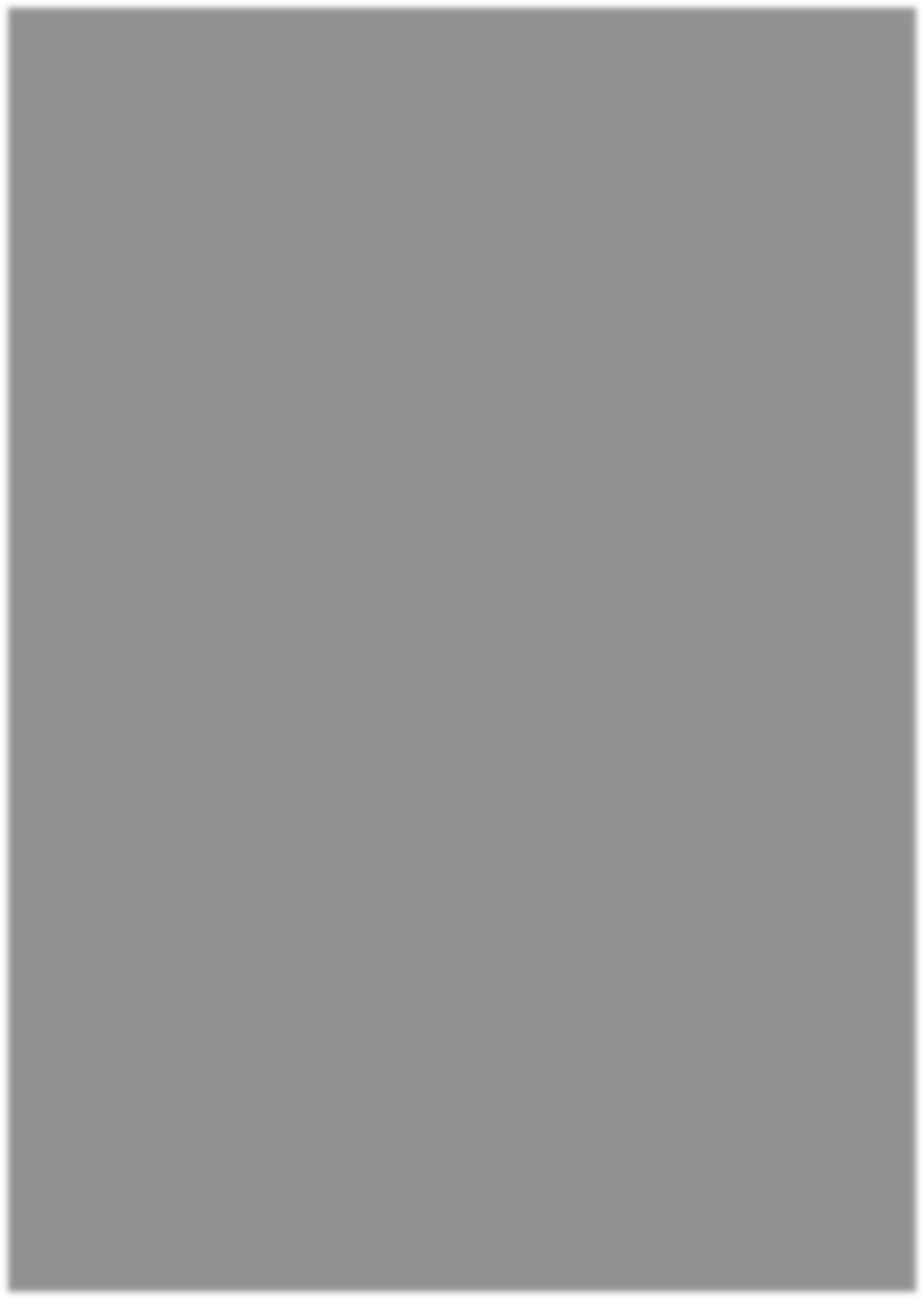
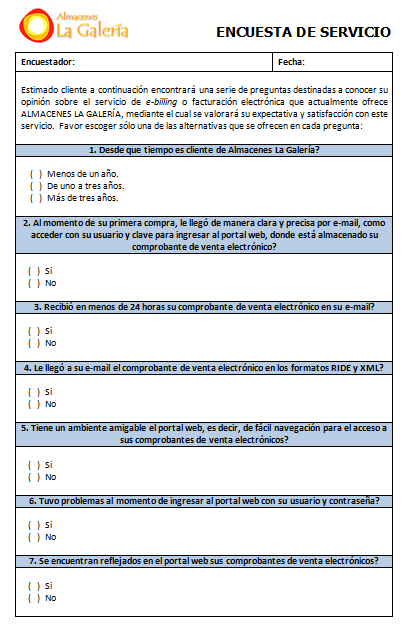
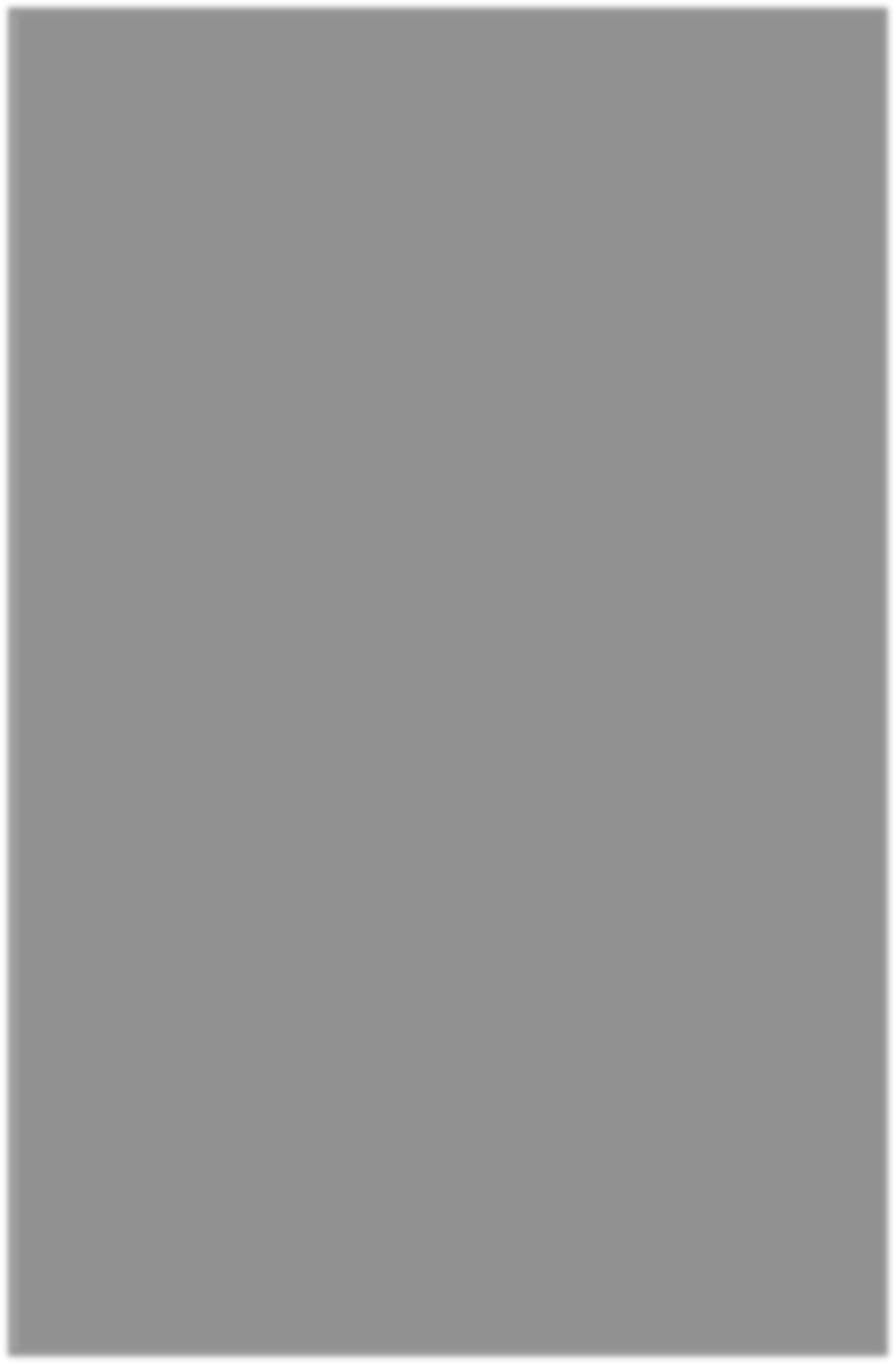
Silva, M. R. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud.* Barcelona : Universitat Autónoma de Barcelona .

Trochim, W. (2005). *Métodos de Investigación: El Conciso de Knowledge Base .* Cincinnati : Atomic Dog .

Vargas, N. (15 de 04 de 2015). Experiencia con el proveedor de facturación electrónica . (C. Lay, Entrevistador)

Yépez, W. (2013). Tesis de grado: Estudio e implementación de una interfaz entre el nuevo esquema de emisión de comprobantes electrónicos del Servicio de Rentas Internas y el módulo de facturación y cobranzas del sistema Semiya de la empresa Negysert S.A. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

## Anexo 1. Formato de encuesta. Anverso:



**Anexo 2. Portal web Almacenes La Galería.**

