



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
QUE BRINDE ASESORÍA EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN
LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”

ANDREA VALERIA MORALES LIGER

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERA COMERCIAL

Año 2011

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Andrea Valeria Morales Liger

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍA EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas constan al pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 1 de Marzo del 2011.

Andrea Valeria Morales Liger

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Dr. Galo Moreno
Eco. Juan Carlos Erazo

CERTIFICAN:

Que la tesis de grado titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍA EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, realizado por Andrea Valeria Morales Liger, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que este trabajo cumple con los requisitos establecidos por la institución, recomendamos su aplicación y publicación en la biblioteca virtual de la ESPE.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y dos discos compactos, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a nombre de Andrea Valeria Morales Liger, para que dichos documentos se entregue al Eco. Juan Carlos Erazo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 1 de Marzo del 2011

Dr. Galo Moreno

Eco. Juan Carlos Erazo

DIRECTOR

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Andrea Valeria Morales Liger

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORÍA EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 1 de Marzo del 2010

Andrea Valeria Morales Liger

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios y a Jesús quienes me dieron la oportunidad de crecer espiritual, emocional y profesionalmente, por ser mi motivo para seguir adelante y por haberme fortalecido día tras día a pesar de las circunstancias, dándome las mejores bendiciones como es mi familia y mis amigos.

A mis padres por haberme apoyado hasta el final hicieron un esfuerzo muy grande por verme alcanzar un sueño, y a todos quienes de una u otra manera han aportado al logro de una de mis metas y al desarrollo de este trabajo

A una persona muy especial quien me hizo comprometer en acabar mi carrera.

AGRADECIMIENTO

A Dios quien me fortaleció y me dio la confianza que necesitaba para salir adelante, le agradezco por haberme dado la oportunidad de estar a su lado y sentirme capaz de luchar día a día.

A mis padres Galo Morales y Amparito Liger que lucharon contra todos los obstáculos por verme crecer y que con todo su esfuerzo y oraciones lograron que llegue a cumplir una de mis metas, gracias a ellos soy quien soy, hoy en día, son los que han velado por mi salud, educación, alimentación, etc., es a ellos a quien debo horas de consejos, regaños, tristezas y alegrías, y estoy muy segura que lo han hecho con el amor más grande del mundo para formarme como una persona íntegra, llena de valores, de quien ahora se pueden sentir orgullosos.

A mis hermanas porque han sido mi apoyo y mi fortaleza, mi espejo y mi reflejo porque con ellas hoy triunfo a pesar de no estar con ellas siempre esto lo hice por ustedes.

A mis sobrinos porque sé que en un futuro yo podre compartir este triunfo con ellos.

A dos personitas especiales que de una u otra manera han sido mi apoyo y mi fuerza, cada uno en su momento, muchas gracias por ese apoyo incondicional que me han brindado, gracias por ese tiempo de completa alegría y triunfos, gracias por todo.

Y como no agradecer a todos los profesores que han compartido su conocimiento y sabiduría durante todo el transcurso de mi carrera profesional, especialmente a mi

director de tesis Dr. Galo Moreno que haciendo un gran esfuerzo me supo compartir su experiencia y conocimiento y ha guiado el desarrollo de este proyecto.

JUSTIFICACIÓN

En un mundo tan competitivo y cambiante como el actual, ya no solo es tener mejores estrategias financieras, sino la diferencia está en la calidad de su gente, que trabaja con mucho entusiasmo, profesionalismo y luchando porque los objetivos de la organización se cumplan de manera eficaz y eficiente.

El proyecto pretende satisfacer la necesidad tanto de las empresas que necesitan contratar personal capacitado, así como de las personas que necesitan empleo en la ciudad de Latacunga con un servicio de Selección, y formación de talento humano, este servicio brindara un respaldo seguro y eficiente al momento de contratar personal que se adapten a los requerimientos de cada cargo y a la cultura corporativa de cada empresa y a la vez evitar contratiempos a la hora de buscar trabajo, rompiendo con los esquemas de las empresas tradicionales en la ciudad de Latacunga, ya que esta empresa consultora sería el primer establecimiento donde se hace énfasis un servicio nuevo e innovador, ya que cada proceso de selección es un caso único e irrepetible, donde la metodología profesional y técnica, nos permitirá encontrar a la persona clave que las empresas que necesitan cumplir con los objetivos esperados en el cargo requerido.

El proyecto contara con un equipo de profesionales de comprobada experiencia en consultorías y de amplio conocimiento de mercado, la metodología de búsqueda y selección nos permitirá ubicar con exactitud al ejecutivo adecuado donde quiera que se encuentre, entendiendo la cultura corporativa de nuestros clientes y así diseñara una estrategia de búsqueda especial para cada proceso.

CONTENIDO

Contenido

AGRADECIMIENTO..... 5

JUSTIFICACIÓN..... vi

RESUMEN EJECUTIVO xi

EXECUTIVE SUMMARY xii

OBJETIVOS DEL ESTUDIO xiii

Objetivo General:..... xiii

Objetivos Específicos:..... xiii

1.1. Objetivos del estudio de mercado 1

1.2. Identificación del Servicio 2

1.3.1. Clasificación por su Uso y Efecto..... 6

1.3.2 Productos sustitutivos y/o complementarios 7

Cuadro N° 3 18

1.5 Análisis de la Demanda 35

1.5.1 Clasificación de la Demanda 35

1.5.2 Análisis histórico de la Demanda 36

1.5.3 Demanda Actual del producto y/o servicio: interna y/o externa 37

1.61.1 Clasificación	40
1.6.2 Factores que afectan a la oferta.....	41
1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta	42
1.8.1 Análisis de Precios	47
a. Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen, forma de pago.....	48
CAPITULO II.....	54
2. ESTUDIO TECNICO.....	54
2.1 Tamaño del Proyecto	54
2.1.1 Factores determinantes del tamaño	55
2.1.2 Optimización del Tamaño.....	66
2.1.3 Definición de la capacidad de Gestión y Desarrollo.....	67
2.2 Localización del Proyecto	67
2.2.1 Macrolocalización	67
2.2.2 Microlocalización.....	68
2.3 Ingeniería del Proyecto	72
2.3.1 Cadena de valor.....	73
2.3.2 Distribución de la Planta.....	82
2.3.3 Requerimiento de equipos y tecnología.....	83
2.3.4 Requerimiento de la mano de obra.....	87
2.3.5 Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios	87
2.3.6 Determinación de las inversiones	92
2.3.7 Calendario de Ejecución del proyecto.....	95
CAPITULO III	97
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....	97
2.4 Base Legal	97

2.4.1	Constitución de la empresa.....	97
2.4.2	Tipo de empresa (Sector/actividad/CIU).....	99
2.4.3	Razón Social, logotipo, slogan	100
2.5	Base Filosófica de la Empresa	102
2.5.1	Visión	102
2.5.2	Misión.....	102
2.5.3	Objetivos estratégicos.....	103
2.5.4	Principios y Valores	104
2.5.5	Estrategia Empresarial.....	106
2.6	Estrategias de Mercadotecnia.....	108
2.6.1	Estrategia de Precio	109
2.6.2	Estrategia de Promoción	109
2.6.3	Estrategia de Servicio	110
2.6.4	Estrategia de Plaza	111
2.7	La Organización	111
2.7.1	Estructura Orgánica.....	111
	Funciones de la Gestión Administrativa y de Servicio.....	112
2.8	Organigrama Estructural y Análisis.....	115
CAPITULO IV		116
ESTUDIO FINANCIERO.....		116
2.9	Presupuestos.....	116
2.9.1	Presupuesto de inversión.....	117
2.9.2	Cronograma de Inversiones y reinversiones.....	126
2.9.3	Presupuesto de Operación.....	128
2.9.4	Presupuesto de Ingreso.....	128

2.9.5	Punto de Equilibrio.....	134
2.10	Estados Financieros Proyectados	138
2.10.1	Del proyecto	139
2.11	Evaluación Financiera	147
2.11.1	Determinación de las tasas de descuento	147
2.11.2	Evaluación financiera del proyecto.	149
2.11.3	Evaluación Financiera Inversionista.....	155
2.12	Análisis de sensibilidad	158
CAPITULO V		161
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		161
2.13	Conclusiones: Resultados del estudio.	161
2.14	Recomendaciones.....	164
3	BIBLIOGRAFIA	165

RESUMEN EJECUTIVO

Una de las características que se observa en este mundo competitivo y globalizado es que las empresas se empeñan en ser cada vez mejores; es por eso que las empresas buscan métodos para que el personal pueda cumplir con sus objetivos. La selección y capacitación del Personal constituye uno de los factores importantes para el logro de objetivos empresariales y desarrollo del trabajador.

El Presente Proyecto busca satisfacer una necesidad a nivel empresarial, formando e incentivando al talento humano por medio de programas de selección y capacitación, generando buenos resultados.

El periodo de recuperación y la relación beneficio / costo tuvieron resultados positivos y de beneficio para la aplicación de este proyecto.

De igual manera se determinó el punto de equilibrio monetario, y se realizó un análisis de sensibilidad ante posibles cambios de las condiciones estudiadas.

La puesta en marcha del proyecto es viable debido a que los criterios de evaluación en el Estudio Financiero, determinaron que existe una rentabilidad mayor a la que el mercado ofrece para una inversión de capital, tanto financiado con recursos propios o con crédito.

EXECUTIVE SUMMARY

One of the features seen in this competitive and globalized world is that companies strive to get better, which is why companies look for ways to enable staff to meet their objectives. The selection and training of staff is one of the important factors for achieving business goals and employee development.

This project seeks to fill a need at the enterprise, forming and motivating the human talent through recruitment and training programs, producing good results.

The payback period and benefit / cost ratio were positive and beneficial to the implementation of this project.

Similarly we determined the monetary equilibrium point, and we performed a sensitivity analysis of possible changes in the conditions studied.

The implementation of the project is viable because the evaluation criteria in the Financial Study determined that there is a higher return to the market provides for investment of capital, both financed with own resources or with credit.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo General:

Elaborar un estudio que permita determinar la creación de una empresa que brinde asesoría en el área de recursos humanos en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi.

Objetivos Específicos:

- Realizar un Estudio de Mercado en las empresas ubicadas en la ciudad de Latacunga con el fin de determinar las expectativas de los empresarios que dará como consecuencia la demanda insatisfecha con respecto al Servicio de asesoría en el área de recursos humanos.
- Realizar un Estudio Técnico con el fin de determinar el tamaño, la localización y los recursos necesarios que permita poner en marcha el presente proyecto.
- Diseñar la Estructura Organizacional de la empresa a fin de establecer su base legal, filosofía corporativa y definir los niveles de responsabilidad de cada una de las áreas.
- Realizar un Estudio Económico Financiero que permita determinar las fuentes de financiamiento, y establecer los indicadores económicos para la factibilidad del proyecto.

CAPITULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Objetivos del estudio de mercado

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán para adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. El estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Finalmente, el estudio de mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar a nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Los objetivos para el estudio de mercado del presente proyecto son:

- ⊕ Realizar un estudio de mercado que permita establecer la demanda insatisfecha proyectada en la ciudad de Latacunga.
- ⊕ Conocer las razones principales por la cual las empresas contratarían el Servicio de asesoría en el área de Recursos Humanos.

- ⊕ Determinar las características y expectativas que tienen las empresas sobre el Servicio de asesoría en el área de Recursos Humanos.
- ⊕ Determinar y establecer la competencia a este tipo de Servicio.
- ⊕ Conocer el precio que las empresas están dispuestas a invertir para Seleccionar y Capacitar al Personal.

1.2. Identificación del Servicio

Una de las características que se observa en este mundo competitivo y globalizado es que las empresas se empeñan en ser cada vez mejores. Es por eso que las empresas buscan métodos para que el personal pueda cumplir con sus objetivos. El personal es un elemento importante en el crecimiento de una organización, por lo que se debe aprovechar el potencial humano de cada uno de ellos.

El proyecto pretende satisfacer la necesidad tanto de las empresas que necesitan contratar personal capacitado, así como de las personas que necesitan empleo en la ciudad de Latacunga con un servicio de Selección, y formación de talento humano, este servicio brindara un respaldo seguro y eficiente al momento de contratar personal que se adapten a los requerimientos de cada cargo y a la cultura corporativa de cada empresa y a la vez evitar contratiempos a la hora de buscar trabajo, rompiendo con los esquemas de las empresas tradicionales en la ciudad de Latacunga, ya que esta empresa consultora sería el primer establecimiento donde se hace énfasis un servicio

nuevo e innovador, ya que cada proceso de selección es un caso único e irrepetible, donde la metodología profesional y técnica, nos permitirá encontrar a la persona clave que las empresas que necesitan cumplir con los objetivos esperados en el cargo requerido.

El proyecto contara con un equipo de profesionales de comprobada experiencia en consultorías y de amplio conocimiento de mercado, la metodología de búsqueda y selección nos permitirá ubicar con exactitud al ejecutivo adecuado donde quiera que se encuentre, entendiendo la cultura corporativa de nuestros clientes y así diseñara una estrategia de búsqueda especial para cada proceso.

Los seminarios de capacitación se los realizará dentro y fuera de las instalaciones de la empresa que contrate el servicio y, se dispondrá de diferentes horarios, acoplados a los que la empresa contrate.

1.3 Características del Servicio

Una vez que se dispone de un grupo idóneo de solicitantes obtenido mediante el reclutamiento, se da inicio al proceso de selección. Esta fase implica una serie de pasos que añaden complejidad a la decisión de contratar y consumen cierto tiempo. Estos factores pueden resultar irritantes, tanto para los candidatos, que desean iniciar de inmediato, como para los gerentes de los departamentos con vacantes.

El proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para decidir qué solicitantes deben ser contratados. El proceso se inicia en el momento

en que una persona solicita un empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar a uno de los solicitantes.

Los servicios que ofrecerá la consultora serán:

- Headhunting selección

Este servicio contempla una asesoría integral a nuestros posibles clientes en los procesos internos de selección. Contará con el apoyo de profesionales expertos que estarán a su disposición en las distintas etapas del proceso

- ✓ Entrevistas personales.
- ✓ Evaluaciones psicológicas.
- ✓ Análisis de perfil y descripción de cargos.
- ✓ Evaluaciones psicotécnicas.
- ✓ Análisis comercial.

- Capacitación

Capacitaciones efectivas que permiten una real consecución de los objetivos corporativos y del éxito empresarial.

Los cursos, talleres y seminarios impartidos por la Consultora, permitirán a ejecutivos y empleados obtener herramientas metodológicas y prácticas que facilitan la consecución de los objetivos corporativos de manera segura y sostenida en el tiempo.

La principal fortaleza de la consultora es su equipo de Relatores que posee una exitosa carrera gerencial, lo que da como resultado capacitaciones preparadas a medida de cada empresa, con comprobada efectividad práctica.

Capacitaciones:

- Son capacitaciones exclusivas, preparadas de acuerdo a las necesidades de su empresa.
- Son cursos especiales, novedosos y de comprobada efectividad práctica.
- Son una poderosa herramienta de crecimiento profesional y personal.

Cuadro N° 1

La consultora se especializa en las siguientes áreas:

COMUNICACIÓN EFECTIVA	NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE CONFLICTOS
Herramientas de Liderazgo	Técnicas de Ventas
Manejo de Estrés	Desarrollo Habilidades Gerenciales
Coaching Ejecutivo	Calidad en el Servicio
Formación de Formadores	Habilidades Comerciales
Cómo hablar en Público	Call Center
Trabajo en Equipo (INDOORS y OUTDOORS)	Telemarketing
Programación Neurolingüística (PNL)	Administración de Proyectos
Assessment Center	Normas Internacionales de Información Financiera
Gestión de R.R.H.H.	Contabilidad y Finanzas

Elaborado por: Andrea Morales

Para brindar este tipo de servicios se contara con profesionales altamente calificados, provenientes de distintas áreas del ámbito empresarial que nos permita satisfacer con calidad y excelencia las necesidades de nuestros futuros clientes.

El trabajo serio y responsable nos permitirá construir relaciones de largo plazo, prevaleciendo la calidad y profesionalismo en cada una de las tareas encomendadas.

1.3.1. Clasificación por su Uso y Efecto

- **Por uso**

Se consideraran las diferentes empresas existentes, que correspondan a los sectores:

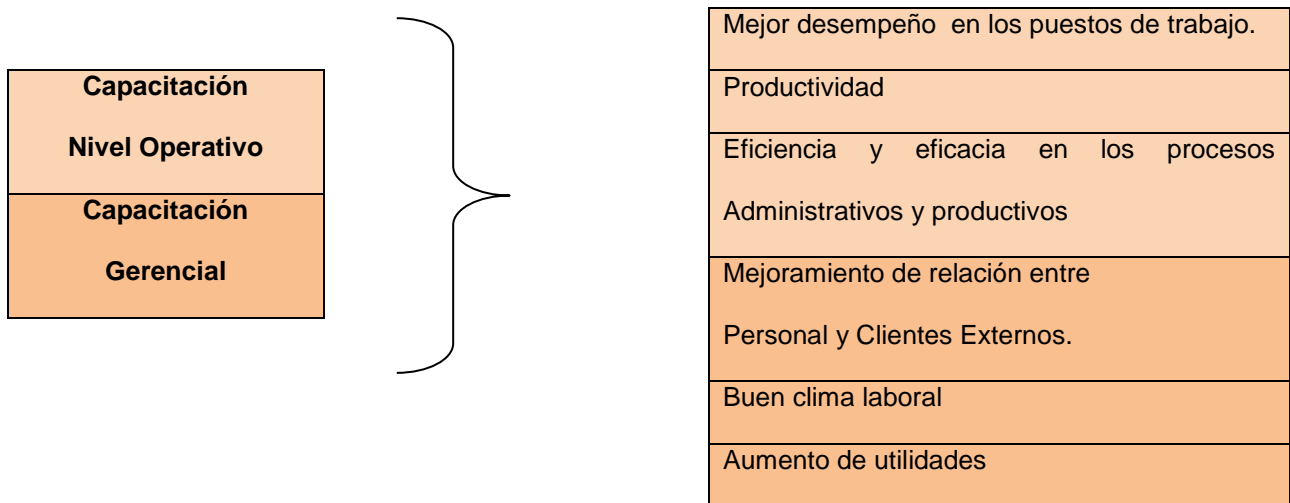
De Servicios y Comerciales (Grandes, Medianas, Pequeñas Empresas)

Estas empresas para ser consideradas dentro de la investigación deberán tener sus oficinas en la localidad de Latacunga, y estar a la vez registradas en el SRI, a fin de conseguir información de empresas sólidamente constituidas y de trayectoria comprobada.

- **Por efecto**

El servicio de asesoría en el área de recursos humanos tiene una clasificación por su efecto, ya que todos los procesos que se ofrecerán serán para traer beneficios tanto para el personal que labora en la empresa que contrate este servicio como para los gerentes, administradores y accionistas.

En consecuencia se clasifica por su efecto de acuerdo al siguiente esquema:



1.3.2 Productos sustitutos y/o complementarios

Servicios Sustitutos: Son aquellos servicios que satisfacen una necesidad similar, y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del servicio ofertado, si este subiera de precio.

Los productos sustitutos para este tipo de servicio son:

- ✓ Los jefes de las distintas áreas que hacen selección de personal.
- ✓ Video conferencias impartidas en otras empresas u otros países que podría ser utilizada para capacitar al personal de las empresas.
- ✓ La capacitación interna hacía los trabajadores.

1.3.3 Normativa Sanitaria, Técnica, y Comercial

NORMATIVIDAD TECNICA

➤ **Permiso del Cuerpo de Bomberos:**

Con respecto a esta regulación, este tipo de servicio posee otros complementarios, por lo cual al proveerse el negocio de otros servicios deberá tomar en cuenta que:

- a) Las oficinas en donde se encuentre ubicada la empresa debe contar con este permiso en el cual especifique que se cumpla con las normas mínimas de seguridad y prevención de incendios.

- b) Contar con uno o varios extintores de incendios de acuerdo a la superficie del lugar dependiendo de los equipos y materiales que se encuentren en el sitio, dichos extintores pueden ser de 10 o 5 lbs. de capacidad y con contenido en polvo o de agua.

NORMATIVIDAD COMERCIAL

➤ **Registro Único De Contribuyentes (RUC):**

Mismo que es un documento indispensable tanto para la empresa organizadora como para sus proveedores para poder cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias.

- a) Escritura pública de constitución.
- b) Tipo de sociedad
- c) Objeto Social
- d) Número de Socios
- e) Capital suscrito
- f) Formulario 01- A y Formulario 01- B
- g) Nombramiento del representante legal e identificación del mismo.
- h) Carta suscrita del contador que certifique la relación contractual o laboral con la empresa.
- i) Documento de ubicación de la matriz de la empresa (planilla de servicio básico a nombre de uno de los socios o contrato de arrendamiento legalizado)
- j) Hojas de inscripción en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías: Administradores de la sociedad, Registro de Socios, Existencia Legal, Capital Suscrito.
- k) Registro Mercantil

➤ **Superintendencia de Compañías**

a) La Superintendencia de Compañías anualmente exige la presentación de información financiera; de las actividades de la empresa, riesgos posibles, justificación de pérdidas y evaluación del concepto de negocio en marcha y, la evaluación de los controles internos y el fiel cumplimiento de las leyes.

b) La Superintendencia de Compañías exige el pago anual de una cuota a las empresas que están bajo su control; dicha cuota se calcula en base a los activos que cada empresa posee y esta es del 0.1% sobre los mismos.

➤ **Cámara de Comercio de Latacunga:**

a) Formulario de inscripción

b) Pago inicial de afiliación

➤ **Patente Municipal:**

a) Registro Único de Contribuyentes.

b) Formulario de Declaración de Patentes

c) Afiliación a la Cámara de Comercio

d) Nombramiento del representante legal e identificación del mismo.

➤ **Código de Ética**

Para complementar la calidad del servicio que se prestará es necesario apegarse a normas de ética profesional, así se establecerá regulaciones en cuanto a la generación de credibilidad, calidad del servicio, confianza y a los conceptos de profesionalismo; para lo cual, es indispensable adoptar los principios de integridad, objetividad,

competencia y cuidado profesional, secreto profesional, y normas técnicas; todo esto confluirá en la plena satisfacción del cliente¹.

1.4 Análisis de la Demanda

“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.”²

“Es la Cantidad de un producto o servicio que un individuo desea comprar a diferentes precios del mercado, en un periodo determinado; está determinada por factores como el precio del producto, del ingreso monetario de la persona, de los precios de otros productos o servicios y de los gustos. La ley de la Demanda dice que a menor precio mayor Demanda o a mayor precio menor demanda.”³

1.4.1 Segmentación del Mercado

Es importante identificar el segmento al que la consultora se enfocará, esto permitirá conocer a los potenciales clientes, el Segmento de Mercado al que se dirige el presente proyecto es a las Pequeñas, Medianas y Grandes de la Provincia de Cotopaxi

¹ www.camaradecomerciolatacunga.com.ec

² BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw – Hill.

³ <http://www.geocities.com/samperez7/Textolicminera2003.doc> -

que se encuentran ubicadas en el Norte, Centro y Sur dentro del perímetro urbano de la ciudad.

La identificación de las variables es un factor muy importante dentro del estudio de mercado, ya que ellas facilitan establecer parámetros que permitirán conocer a los potenciales clientes, los cuales cumplen un papel importante para la generación de rentabilidad de la consultora.

✓ **Variable Geográfica**

La ubicación en la cual se encontrara, la consultora de Recursos Humanos será en el sector norte de la ciudad de Latacunga, exclusivamente cerca de instituciones privadas, debido a que esto facilitara la realización con estas instituciones.

✓ **Variables Demográficas**

Se ha tomado datos y criterios de Instituciones como Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías y Cámara de Comercio de Latacunga. Se consideran como Pequeñas y Medianas Empresas e Industrias a aquellas que poseen un capital no mayor a USD \$ 120.000,00 y hasta 50 empleados; por lo que, en base a esto definimos el posible mercado objetivo.

✓ **Variables Socioeconómicas**

La principal variable económica que se tomará en cuenta es aquel que se ha mencionada en repetidas ocasiones, el cual define como una PYME a aquella que posee un capital menor a USD 120.000,00 y un máximo de 50 empleados.

CUADRO Nº 2

VARIABLES DEMOGRAFICAS		
Actividad	Tamaño de la Compañía	Localidad
Sector de Servicios	Grandes, medianas y pequeñas	Ciudad de Latacunga
Sector de Comercio	Grandes, medianas y pequeñas	Ciudad de Latacunga
Sector de Producción	Grandes, medianas y pequeñas	Ciudad de Latacunga

Fuente: www.Gestiopolis.com

Elaborado por: Andrea Morales

Gracias a esta segregación de la información se ha determinado el tamaño del mercado objetivo (Latacunga) para la consultora de Recursos Humanos.

Como puede apreciarse, en base a estos datos puede determinarse claramente el mercado objetivo a atacar.

1.4.2 Factores que Afectan la Demanda

Los factores que más afectan a la demanda son: el precio del propio servicio, el presupuesto que tienen las empresas asignado para este tipo de servicio, los precios de servicios relacionados como sustitutos o como complementarios, gustos y preferencias.

El precio se encuentra relacionado con la cantidad y calidad del servicio de selección y capacitación al personal, ya que al ser una inversión, las empresas buscan contar con un personal acorde a las aspiraciones de cada cargo y si el precio es más accesible, la demanda aumentaría.

Además las empresas buscan que los procesos den resultados, por lo tanto si cumple con las expectativas deseadas, nuevamente contrataran el servicio haciendo que aumente la demanda del mismo.

Los Gustos y Preferencias se determinan cuando las empresas deciden incorporar un nuevo integrante a su empresa, sobre todo cuando el perfil de trabajo que buscan, es muy difícil de encontrarlo, así como la capacitación efectiva que los mismos necesitan en los horarios, los días, y los temas que les gustaría tratar.

Por ser un servicio personalizado si la demanda no se analiza tomando en cuenta la exigencia y la individualidad del cliente al elegir el resultado final del asesoramiento no tendremos un criterio adecuado para ofertar la diversidad de productos al consumidor y la adaptación dentro del mercado será difícil.

1.4.3 Metodología de la Investigación

Las fuentes de información son de dos tipos: primarias y secundarias:

❖ Fuentes primarias

Las fuentes primarias dan un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación, además están dadas durante el tiempo real. Algunas fuentes primarias que se van a utilizar en el presente proyecto son: encuestas, notas de investigación, documentos de investigación y opinión pública.

La información recopilada será analizada cuidadosamente ya que es la base para poder realizar un adecuado estudio de mercado que permita encontrar la demanda insatisfecha del presente proyecto.

❖ Fuentes secundarias

Es la información que se pueda recopilar de revistas, textos, Internet, prensa, anuncios, entre otros. Son secundarias ya que describen una información con respecto al tema que se está desarrollando, como es en este caso el Servicio de asesoría en el área de Recursos Humanos de las Empresas, y también pueden ser: estadísticas, tendencias, datos informativos que ayuden a la elaboración del presente proyecto.

Entre las fuentes secundarias que se va a utilizar son:

- Libros relacionados al tema a desarrollarse,
- Artículos de revistas
- Páginas de internet referente al proyecto, como el INEC, SRI, Cámara de Comercio de Latacunga, Superintendencia de Compañías, Banco Central del Ecuador.

Técnicas de Investigación

❖ Investigación Bibliográfica

- Bibliotecas Universitarias
- Biblioteca Personal
- Consultas a Internet

❖ Investigación de Campo

Para el presente proyecto de investigación se utilizará la Observación Directa y la Comparación con otras empresas que brinden un servicio igual o parecido.

❖ Investigación concluyente

Encuestas a:

- A los clientes potenciales.

- Una encuesta sencilla que permita obtener información referente al Servicio de asesoría en el área de Recursos Humanos, con preguntas concretas, en un tiempo mínimo.

❖ **Tratamiento de la Información Obtenida**

La información obtenida será procesada con la ayuda del software SPSS y el apoyo del Excel. Esta será analizada para obtener información que permita tomar decisiones frente a la incertidumbre del mercado.

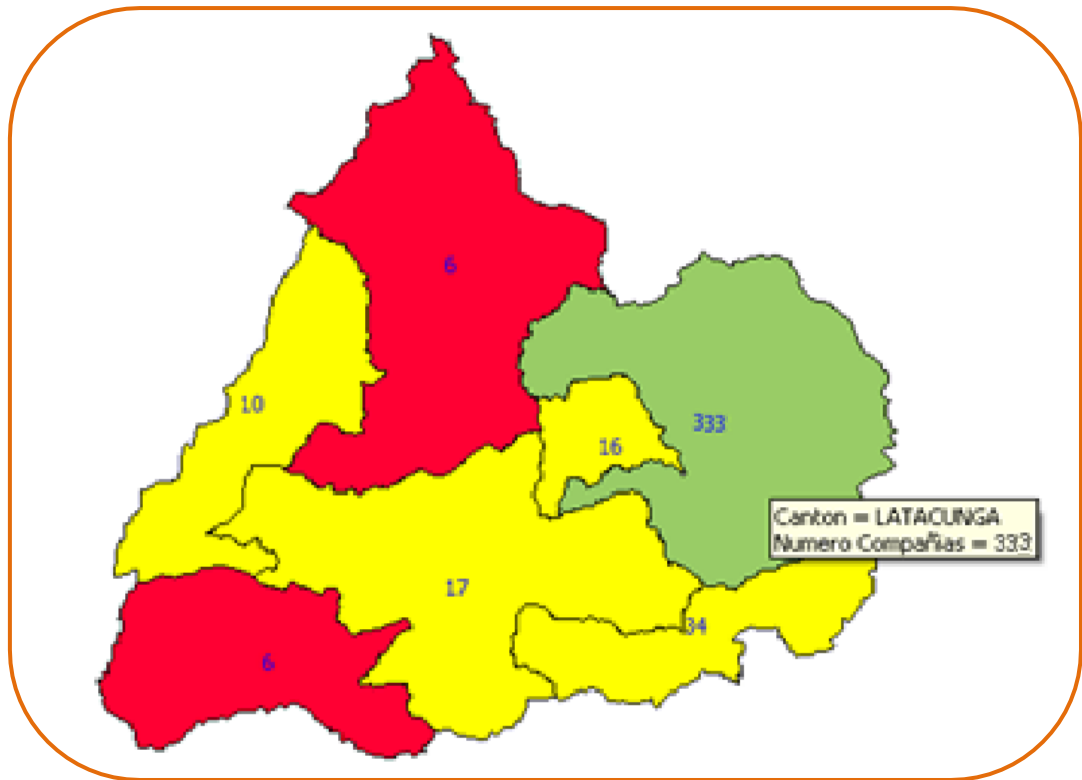
1.4.4 Tamaño del universo

El tamaño de Universo está constituido por la totalidad de elementos a estudiar, utilizando una fracción denominada muestra.

El tamaño del universo corresponde a las Empresas Comerciales, de Servicios y de Producción que se encuentran registradas en la Servicio de Rentas Internas al año 2002 puesto que por ser información de vital confidencialidad al año que transcurre , no se puede considerar la misma sino hasta 7 años atrás a la fecha del desarrollo del presente proyecto.

Para efectos de determinación se considerará como población a los Contribuyentes del SRI, tomando en cuenta a los Sectores de Servicios, Comercial y de Producción del País, mismos que deberán tener su residencia declarada en la ciudad de Latacunga.

Cuadro N° 3



Fuente: INEC

Elaborado por: Andrea Morales

1.4.5 Tamaño de la muestra

La muestra es una parte representativa de la población o un conjunto de unidades, con el objetivo de investigar las propiedades de la población o conjunto original.

Una muestra debe ser representativa si va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son

numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población.

En el caso de este proyecto no se determinara un muestreo debido a que nuestra población es demasiado pequeña y se realizara la encuesta a todos, por lo tanto no aplicara una prueba piloto.

1.4.6 Diseño del cuestionario

La elaboración del cuestionario se realizo en base a preguntas que ayudará a responder los objetivos planteados.

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo crear una Consultora de Asesoría en el área de Recursos Humanos en la Ciudad de Latacunga.

La información suministrada en esta encuesta será tratada confidencialmente y sólo tiene validez para la presente investigación.

INSTRUCCIONES

- a) Favor responder todas las preguntas con la sinceridad que le caracteriza.
- b) Marque con una X en el casillero de la alternativa que se aproxime más a su opinión.
- c) En las preguntas que requiera su criterio, favor contestar en forma clara y precisa.

Nombre de la Empresa: _____ **Número de**
Actividad: _____
Empleados: _____

1. Si una empresa de asesoría en el área de Recursos Humanos ofertara un servicio garantizado basándose en los resultados que pueda generar en sus empleados. ¿Estaría dispuesto a contratar este servicio?

_____ SI
_____ NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2. ¿Su empresa anteriormente ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal idóneo para ocupar un puesto vacante dentro de la empresa?

_____ SIEMPRE
_____ FRECUENTE
_____ CASI NUNCA
_____ NUNCA

3. ¿Puede usted citar el nombre de una empresa que brinde asesoría en el área de Recursos Humanos?

4. ¿Considera usted necesario que exista una consultora que brinde asesoría en el área de recursos humanos en la ciudad de Latacunga?

_____ SI
_____ NO

5. ¿Contrataría un servicio de Outsourcing en?

_____ Selección de personal
_____ Capacitación

6. ¿Dónde le gustaría que estén las oficinas de este servicio?

_____ NORTE
_____ CENTRO
_____ SUR

7. ¿Con que frecuencia se realizar el proceso de capacitación del personal de su empresa?

INSTRUCCIÓN: Escoja 1 opción

_____ una vez al mes
_____ una vez cada tres meses
_____ una vez cada seis meses
_____ una vez al año

8. **¿Dónde le gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal?**

INSTRUCCIÓN: Escoja 1 opción

- _____ Dentro de las instalaciones de su empresa (Inhouse)
- _____ Hoteles
- _____ Instalaciones con espacios verdes
- _____ Otro

9. **¿Cuáles son las razones principales por la que Ud. quisiera contratar este servicio?**

INSTRUCCIÓN: Escoja las dos más importantes

- _____ Aumento de productividad
- _____ Mejor desempeño del personal en su puesto de trabajo
- _____ Mejoramiento de clima laboral
- _____ Personal se sienta identificado con la empresa
- _____ Otros

10. **¿Cuánto estaría dispuesta su empresa a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal**

- _____ 125 usd.
- _____ 150-200 usd.
- _____ 250-300 usd.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

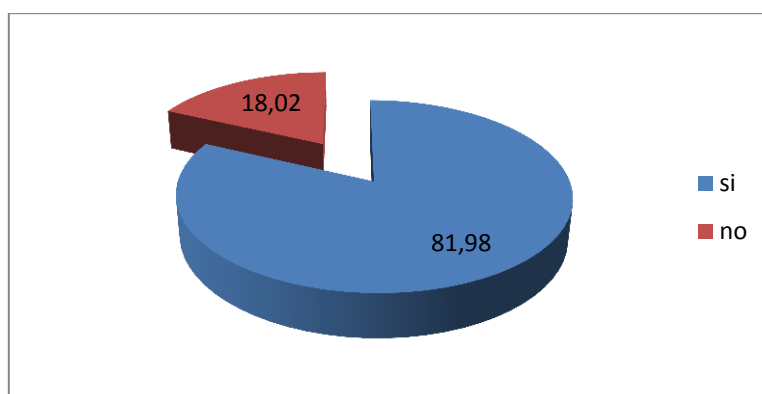
RESULTADOS OBTENIDOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

1. Si una empresa de asesoría en el área de Recursos Humanos ofertara un servicio garantizado basándose en los resultados que pueda generar en sus empleados. ¿Estaría dispuesto a contratar este servicio?

Cuadro N° 4 Estaría dispuesto a contratar este servicio

OPCION	f	%
si	273	81,98
no	60	18,02
TOTAL	333	100

Gráfico N° 1 Estaría dispuesto a contratar este servicio



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNÁLISIS

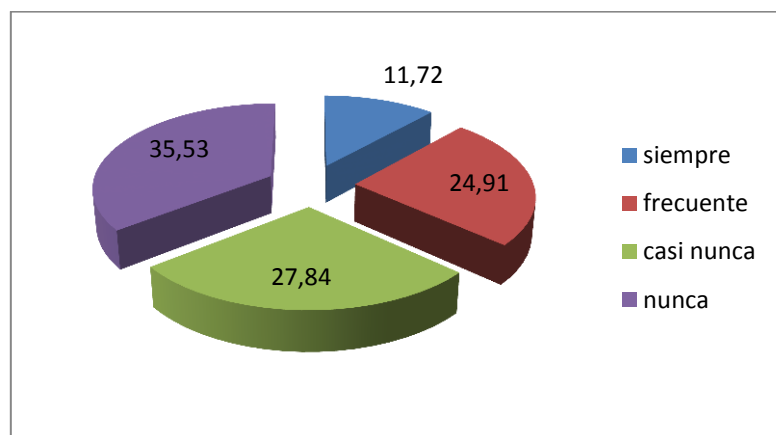
De las 333 encuestados en el ciudad de Latacunga los resultados obtenidos son el 81.98% estaría dispuesto a contratar un servicio de asesoría en el área de Recursos Humanos, mientras que un 18.02% no está dispuesto a contratar el servicio de asesoría.

2. ¿Su empresa anteriormente ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal idóneo para ocupar un puesto vacante dentro de la empresa?

Cuadro N° 5 Su empresa anteriormente ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal

OPCION	f	%
siempre	32	11,72
frecuente	68	24,91
casi nunca	76	27,84
nunca	97	35,53

Gráfico N° 2 Su empresa anteriormente ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ANÁLISIS

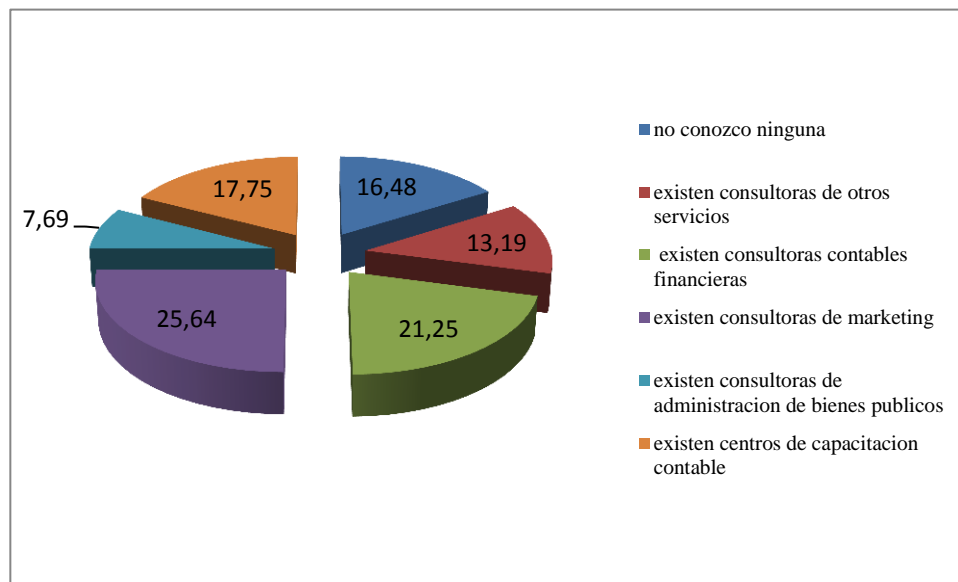
Según la información obtenida en la investigación de campo, el 11.72% siempre ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal idóneo para ocupar un puesto vacante dentro de la empresa, mientras que el 24.91% de las empresas encuestadas frecuentemente ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal dentro de la empresa, el 27.84% casi nunca ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal dentro de la empresa, y el 35.53% nunca ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal idóneo para ocupar un puesto vacante dentro de la empresa.

3. ¿Puede usted citar el nombre de una empresa que brinde asesoría en el área de Recursos Humanos?

Cuadro N° 6 nombre de una empresa que brinde asesoría en el área de Recursos Humanos

OPCION	f	%
no conozco ninguna	45	16,48
existen consultoras de otros servicios	36	13,19
existen consultoras contables financieras	58	21,25
existen consultoras de marketing	70	25,64
existen consultoras de administración de bienes públicos	21	7,69
existen centros de capacitación contable	43	17,75

Gráfico N° 3 nombre de una empresa que brinde asesoría en el área de Recursos Humanos



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNÁLISIS

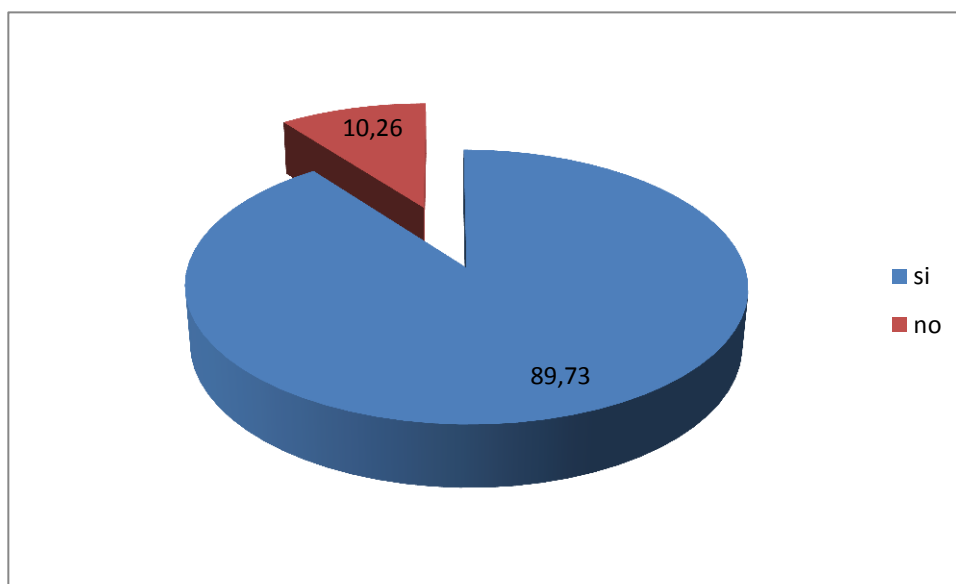
De la pregunta formulada se obtiene que el 7.69% respondió que solo conoce consultoras de administración de bienes públicos, el 13.19% conocen consultoras de otros servicios, el 16.48% no conocen ninguna consultora de asesoría en el área de Recursos Humanos, el 17.75% conocen solo el centro de capacitación contable, el 21.25% saben de la existencia de consultoras contables financieras, mientras que el 25.64% de las empresas encuestadas conocen consultoras de marketing.

- 4. ¿Considera usted necesario que exista una consultora que brinde asesoría en el área de recursos humanos en la ciudad de Latacunga?**

Cuadro N° 7 Considera usted necesario que exista una consultora que brinde asesoría en el área de recursos humanos en la ciudad de Latacunga

OPCION	f	%
si	245	89,73
no	28	10,26
TOTAL	40	100

Gráfico N° 4 Considera usted necesario que exista una consultora que brinde asesoría en el área de recursos humanos en la ciudad de Latacunga



Fuente: Investigación de campo 2.010

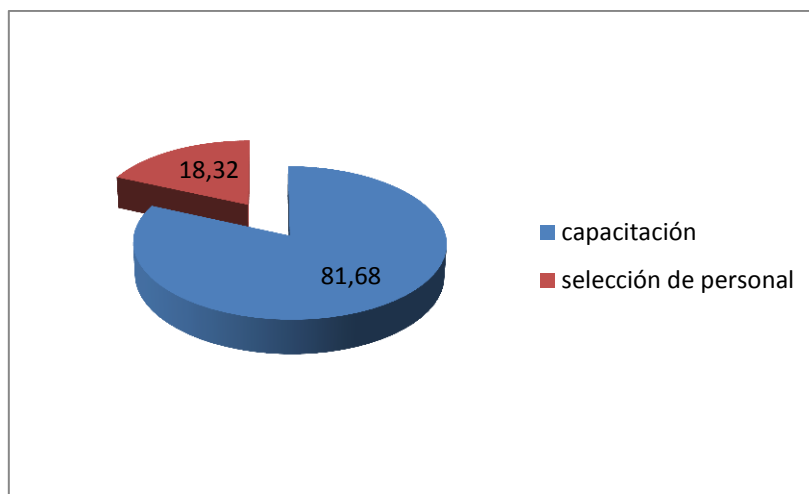
Elaborado: Andrea Morales

5. ¿Contrataría un servicio de Outsourcing en selección de personal o capacitación?

Cuadro N° 8 Contrataría un servicio de Outsourcing en selección de personal o capacitación

OPCION	f	%
capacitación	223	81,68
selección de personal	50	18,32
TOTAL	273	100

Gráfico N° 5 Contrataría un servicio de Outsourcing en selección de personal o capacitación



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNALISIS

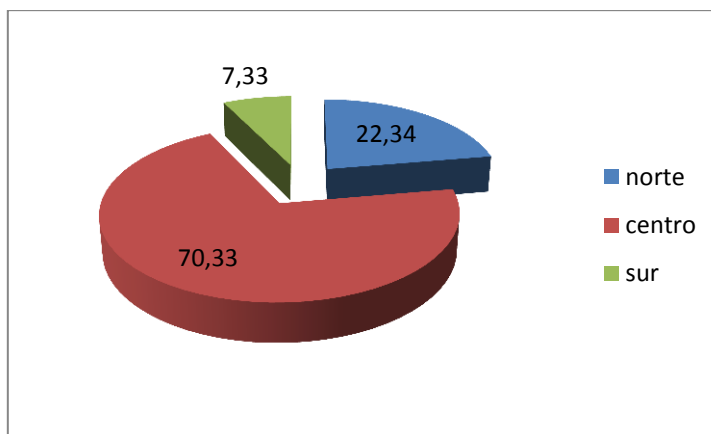
De la pregunta formulada se obtiene que el 81.68% respondió que está dispuesto a contratar un servicio de Outsourcing de capacitación de personal, mientras que el 18.32% no está dispuesto a contratar un servicio de Outsourcing en el área de selección de personal.

6. ¿Dónde le gustaría que estén las oficinas de este servicio?

Cuadro N° 9 Dónde le gustaría que estén las oficinas de este servicio

OPCION	f	%
norte	61	22,34
centro	192	70,33
sur	20	7,33
TOTAL	273	100

Gráfico N° 6 Dónde le gustaría que estén las oficinas de este servicio



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNALISIS

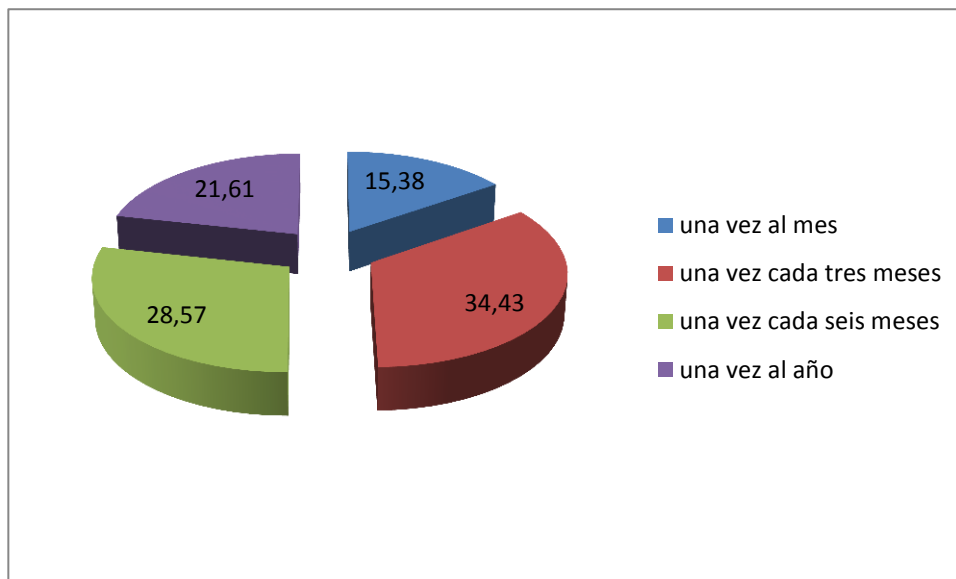
De la pregunta formulada se obtiene que el 7.33% les gustaría que las oficinas de este servicio se encuentre situadas en el sur de la ciudad de Latacunga, el 22.34% de las empresas encuestadas les gustaría que las oficinas de este servicio se encuentre situadas en el norte de la ciudad de Latacunga, mientras que el 70.33% de las empresas encuestadas les gustaría que las oficinas de este servicio se encuentren en el centro de la ciudad de Latacunga.

7. ¿Con que frecuencia se realizar el proceso de capacitación del personal de su empresa?

Cuadro N° 10 Con qué frecuencia se realizar el proceso de capacitación del personal de su empresa

OPCIÓN	f	%
una vez al mes	42	15,38
una vez cada tres meses	94	34,43
una vez cada seis meses	78	28,57
una vez al año	59	21,61
TOTAL	273	100

Gráfico N° 7 Con qué frecuencia se realizar el proceso de capacitación del personal de su empresa



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNALISIS

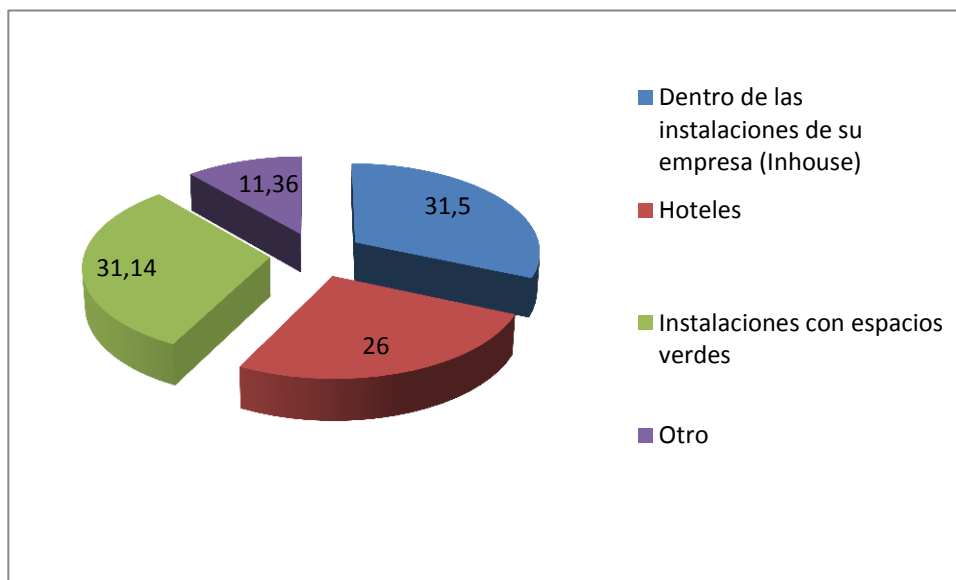
De la pregunta formulada se obtiene que el 15.38% realiza el proceso de capacitación del personal de su empresa una vez al mes, el 21.61% de las empresas encuestadas realiza el proceso de capacitación del personal de su empresa una vez cada tres meses, el 28.57% de las empresas encuestadas realiza el proceso de capacitación del personal de su empresa una vez cada seis meses, mientras que el 21.61% de las empresas encuestadas realiza el proceso de capacitación del personal de su empresa una vez al año

8. ¿Dónde le gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal?

Cuadro N° 11 Dónde le gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal

OPCION	f	%
Dentro de las instalaciones de su empresa (Inhouse)	86	31,5
Hoteles	71	26
Instalaciones con espacios verdes	85	31,14
Otro	31	11,36
TOTAL	273	100

Gráfico N° 8 Dónde le gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNALISIS

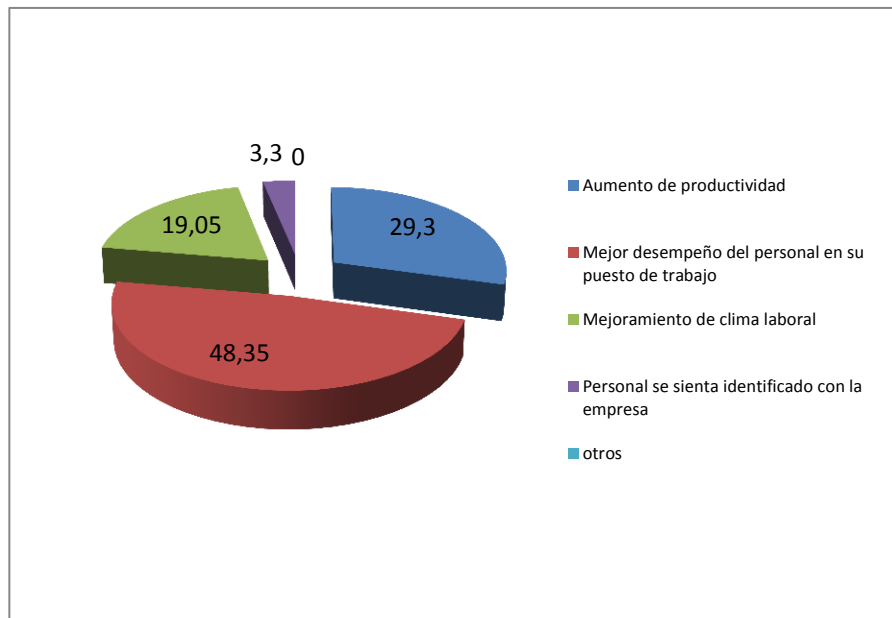
De la pregunta formulada se obtiene que el 11.36% les gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal en otros lugares a los no especificados, el 26% les gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal en hoteles, el 31.14% de las empresas les gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal en instalaciones con espacios verdes, mientras que el 31.50% les gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal dentro de las instalaciones de su empresa (inhouse)

9. ¿Cuáles son las razones principales por la que Ud. quisiera contratar este servicio?

Cuadro N° 12 Cuáles son las razones principales por la que Ud. quisiera contratar este servicio

OPCION	f	%
Aumento de productividad	80	29,3
Mejor desempeño del personal en su puesto de trabajo	132	48,35
Mejoramiento de clima laboral	52	19,05
Personal se sienta identificado con la empresa	9	3,3
otros	0	0
TOTAL	273	100

Gráfico N° 9 Cuáles son las razones principales por la que Ud. quisiera contratar este servicio



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNÁLISIS

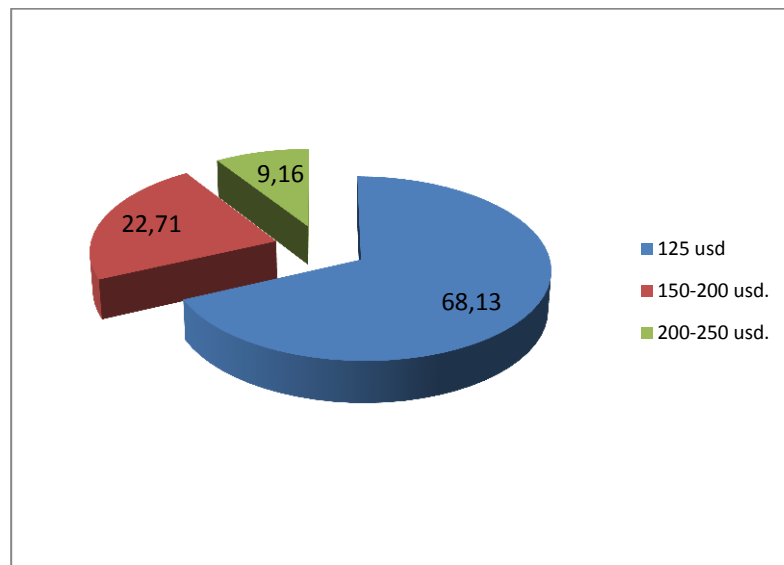
De la pregunta formulada se obtiene que el 3.3% dicen que las razones principales por la que quisiera contratar este servicio es porque el personal se sienta identificado con la empresa, el 19.05% contestó que las razones principales por la que quisiera contratar este servicio es por mejorar el clima laboral, el 29.3% dice que las razones principales por la que quisiera contratar este servicio es para el aumento de la productividad, mientras que el 48.35% dice que las razones principales por la que quisiera contratar este servicio para mejorar el desempeño del personal en su puesto de trabajo.

10. ¿Cuánto estaría dispuesta su empresa a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal?

Cuadro N° 13 Cuánto estaría dispuesta su empresa a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del persona

OPCION	f	%
125 usd	186	68,13
150-200 usd.	62	22,71
200-250 usd.	25	9,16
TOTAL	273	100

Gráfico N° 10 Cuánto estaría dispuesta su empresa a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal



Fuente: Investigación de campo 2.010

Elaborado: Andrea Morales

ÁNALISIS

De la pregunta formulada se obtiene que el 9.16% estarían dispuestos a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal por la cantidad de \$200 a \$250 dólares, el 22.71% estarían dispuestos a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal por la cantidad de \$150 a \$200 dólares, mientras que el 68.13% de las empresas encuestadas estarían dispuestos a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal por la cantidad de \$125 dólares.

1.5 Análisis de la Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”⁴

1.5.1 Clasificación de la Demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito del proyecto, es que el servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer.

En el mercado se puede encontrar los siguientes tipos de demanda:

⁴ BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw – Hill.

Demanda Efectiva.- Es la demanda real, es decir la cantidad de Empresas que realmente adquiere el servicio.

Demanda Satisfecha.- Es la demanda en la cual las empresas han logrado acceder al servicio y además está satisfecho con el mismo, para este caso, la demanda satisfecha serían aquellas empresas que tomaron el servicio anteriormente y que cubrieron su necesidad.

Demanda Insatisfecha.- Es la demanda en la cual las empresas no han logrado acceder al servicio y si accedió no está satisfecho con el resultado.

1.5.2 Análisis histórico de la Demanda

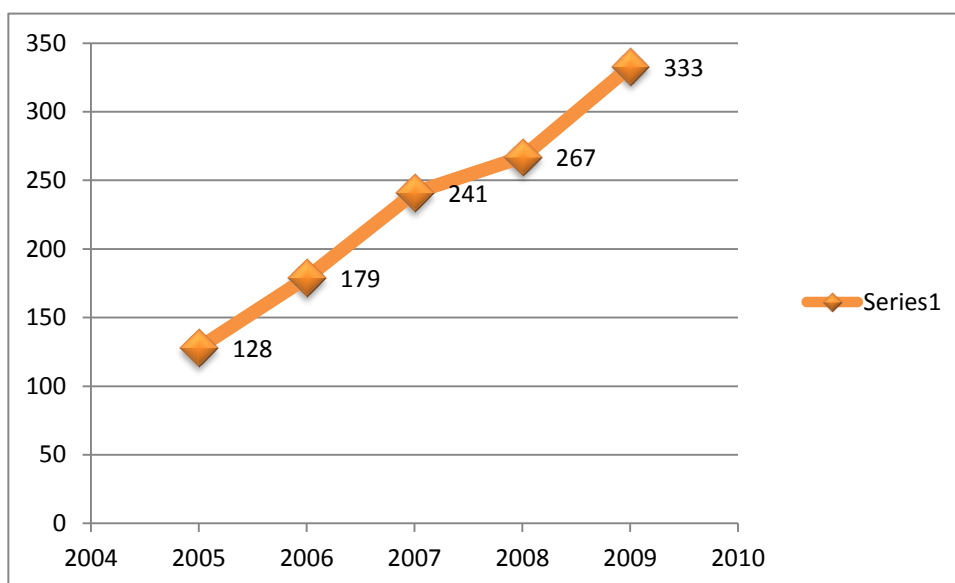
Cuadro N° 14

AÑOS	N° DE EMPRESAS	TASA DE CRECIMIENTO
2005	128	
2006	179	4%
2007	241	3.5%
2008	267	1.1%
2009	333	2.5%
TOTAL	1148	2.78%

FUENTE: Superintendencia Compañías

Elaborado: Andrea Morales

Gráfico N° 11 Comportamiento Histórico de la Demanda



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

El cuadro N° 14 y la gráfica N° 11 permite establecer que la tasa de crecimiento de la demanda en los últimos 5 años es de 2.78% la cual tiene una curva creciente.

El análisis histórico de la demanda del servicio de asesoría en el área de recursos humanos se lo realizó tomando en cuenta las pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad de Latacunga registradas en la Superintendencia de Compañías años anteriores.

1.5.3 Demanda Actual del producto y/o servicio: interna y/o externa

El promedio de la tasa de crecimiento del período 2005 – 2009 es de 2.78% basándose en la demanda histórica.

La Demanda Actual del servicio de asesoría de Recursos Humanos está determinada por los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a las empresas de la ciudad de Latacunga.

Se tiene 333 empresas en la ciudad.

El resultado de la pregunta número 2 de demanda aplicada obtuvo una aceptación del servicio de 81.98%, es decir que nuestra posible demanda es de 273 empresas.

1.5.4 Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se puede utilizar algunos métodos. La curva de la demanda proyectada se sustentó en los datos de la demanda histórica y actual.

Con este método los resultados son:

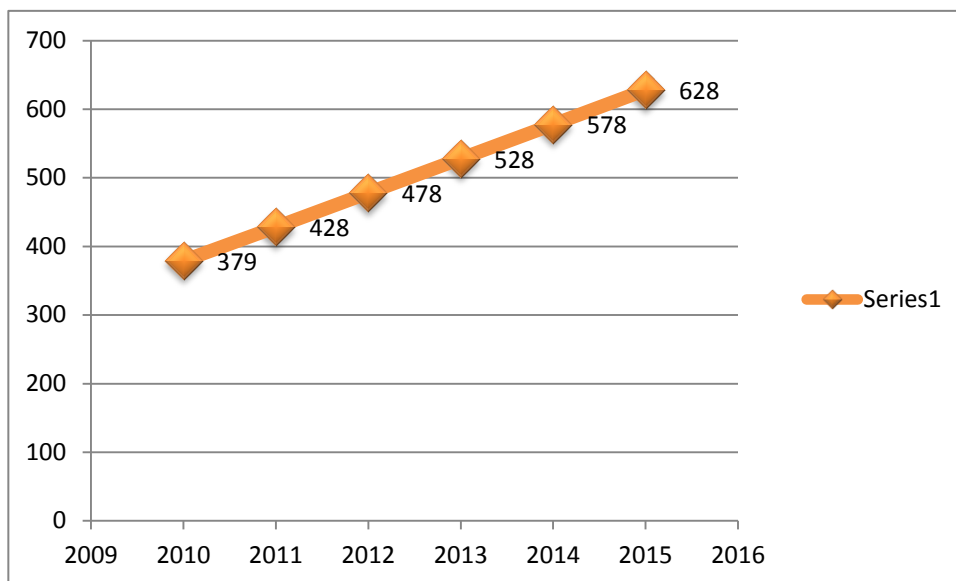
Cuadro Nº 15 Demanda Proyectada

AÑO	TOTAL DEMANDA PROYECTADA
2010	379
2011	428
2012	478
2013	528
2014	578
2015	628

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

Gráfico N° 12 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

En la cuadro N° 15 y en el Gráfico N° 12 se puede observar la demanda proyectada hasta el año 2015, y muestra que la curva de la demanda es creciente.

1.6 Análisis de la Oferta

“La oferta es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.”⁵

La oferta que existe en la ciudad de Latacunga del servicio de asesoría en el área de Recursos Humanos es bastante restringida pocas empresas se dedican pos evaluación y seguimiento de los cursos impartidos, al igual que a seleccionar personal.

⁵ SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; Preparación y evaluación de proyectos; cuarta edición; McGraw Hill; Chile; 2001.

1.61.1 Clasificación

Oferta monopolística

Sus características son las siguientes:

- ✓ Existe un solo vendedor en el mercado, por lo tanto tiene la opción de fijar los precios o de regular las cantidades ofertadas al mercado y sus condiciones de venta.
- ✓ No hay sustitutos con la misma cantidad que tiene el bien producido por el monopolio.
- ✓ Restricciones para entrar al mercado.
- ✓ Economías de escala muy grandes en la producción.
- ✓ Altos requerimientos de capital.
- ✓ Impedimento no-económico, tales como patentes, licencias, leyes y reglamentos.

Oferta oligopólica

- ✓ Existe cuando hay más de un comprador en el mercado, pero en número reducido, de tal manera que la contribución de cada productor al total es de tal magnitud.
- ✓ Fijación de precios, cantidades y restricciones.

- ✓ Fijación de cuotas para cada empresa, determinados por la capacidad de producción o distribución geográfica del mercado.
- ✓ El oligopolio tiene el beneficio de poseer incentivos para mejorar el servicio: calidad y técnicas.

Oferta competitiva o de mercado libre

La existencia de oferta en competencia se define por:

- ✓ Las empresas ofrecen un servicio que es homogéneo o no diferenciado, de tal manera que los compradores les es indiferente comprar los servicios de cualquier empresa.
- ✓ Ausencia de restricciones para entrar a participar en el mercado.
- ✓ Conocimiento general y detallado de las condiciones prevalecientes en el mercado.
- ✓ Existe gran número de empresas y ninguna de ellas influye individualmente sobre el precio y las cantidades a ser ofertadas en el mercado.

1.6.2 Factores que afectan a la oferta

Los factores que afectan a la oferta son:

- ✓ Precio Insumos: Si los insumos que utiliza una empresa para la elaboración de los bienes es bajo podremos ofrecer más y viceversa. En este caso se debe analizar precios de capacitadores, lugares para capacitar y seleccionar, material didáctico.
- ✓ Tecnología: A mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.
- ✓ Número de Empresas: Mientras más empresas posea un empresario tendrá mayores posibilidades de ofrecer sus productos.
- ✓ Precio Esperado: La expectativa de un alza futura en el precio de un bien o servicio desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura.

1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta

En la ciudad de Latacunga existen 2 empresas que se encuentran registradas en la superintendencia de compañías y en la cámara de comercio de Cotopaxi. Ofrecen servicios similares a las empresas de la ciudad pero no específicamente en el área de recursos humanos

Las empresas que ofrecen este servicio son:

⊕ **CENTRO DE CAPACITACIÓN CENCAL**

Que ofrece cursos técnicos, cursos de computación, cursos de Microsoft office, y cursos de higiene y manipulación de alimentos

⊕ **FUNDEL**

Ofrece capacitación para formación de auxiliares contables y formación de cajeros eficientes

Las empresas que brindan el servicio de capacitación en el área de recursos humanos son limitadas y muy escasas puesto que el desarrollo del capital humano no ha sido explotado en la ciudad.

Para determinar el comportamiento histórico de la oferta se ha consultado la fecha de inicio de operación de estas dos consultoras.

CENCAL

Creada el 20 de Noviembre del 2002, se encuentra ubicada en el norte de la ciudad y la atención al público lo realizan 5 capacitadores los cuales atienden aproximadamente 34 personas con los cursos impartidos.

FUNDEL

Creada el 12 de marzo del 2004 ubicada en centro de la ciudad, Los 8 capacitadores encargados de la atención al público cada mes atienden aproximadamente 42 personas con los cursos impartidos

1.6.4 Oferta Actual

Para determinar la oferta actual, se investigó el número de cursos de capacitación que ofrecen a cada una las empresas de la ciudad de Latacunga para luego calcular el número de cursos, obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro N° 16

Oferentes	N° de empresas
CENCAL	1
FUNDEL	1
OFERTA ANUAL	2

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

1.6.5 Proyección de la Oferta

Desde el año 2.002 al 2.010 existen solo dos empresas que ofrecen servicio de asesoría empresarial, demostrando que no habido interés por este segmento de mercado, y mucho menos lo que es selección de personal y cursos especializados en el área de recursos humanos, por lo tanto la oferta se mantendrá constante, debido al mínimo crecimiento de consultoras.

Cuadro N° 16 Proyección de la Oferta

AÑO	TOTAL OFERTA PROYECTADA
2010	2
2011	2
2012	2
2013	2
2014	2
2015	2

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

1.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en los cuales se hizo el cálculo.”⁶

Para determinar la demanda insatisfecha del 2.010, se resto la demanda actual menos la oferta actual:

⁶ BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw – Hill.

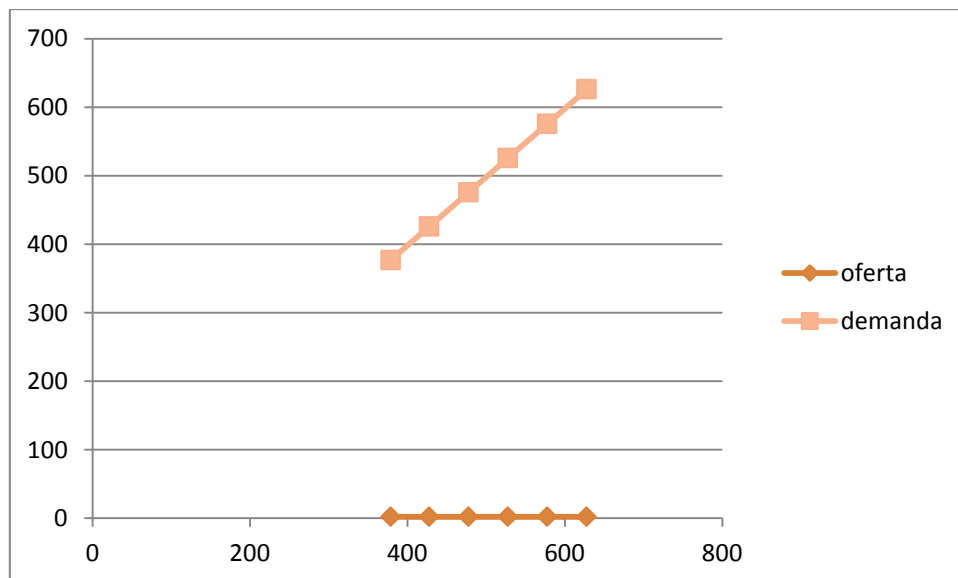
Cuadro N° 17 Demanda Insatisfecha

AÑO	TOTAL DEMANDA PROYECTADA	TOTAL OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	379	2	377
2011	428	2	426
2012	478	2	476
2013	528	2	526
2014	578	2	576
2015	628	2	626

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

Gráfico N° 13 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

Como podemos apreciar se cuenta con una demanda insatisfecha en el año 2010 de 377 empresas sin el servicio de asesoría en el área de recursos humanos.

1.8 Análisis de precios en el mercado del servicio

1.8.1 Análisis de Precios

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.”⁷

❖ Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Los factores que influyen en el comportamiento de los precios son los siguientes:

La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.

El segundo factor es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país. Las condiciones económicas de un país influyen de manera definitiva en la fijación de los precios de venta.

⁷ Econ. MENESES ALVAREZ: Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001

La reacción de la competencia es el tercer factor importante a considerar.

La estrategia de mercadeo es una de las consideraciones más importantes en la fijación del precio.

Finalmente hay que considerar el control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la llana canasta básica.

Si el producto que se pretende elaborar no está de la canasta básica, entonces nunca estará sujeto a un control de precios.

a. Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen, forma de pago

El margen es la diferencia entre el precio de venta, sin IVA y los costes de producción o de adquisición de un producto o servicio. El margen de precio es la ganancia que se va obtener de la diferencia de los costos que se tuvo que incurrir para dar el servicio y el precio que se va a dar al público; ese margen será la utilidad que la empresa ha ganado.

Estacionalidad: no aplica la estacionalidad en este tipo de servicio, ya que todos los meses se debe cubrir los costos fijos que se generan al impartir este tipo de cursos.

Volumen: Para el programa de selección y capacitación se tomará en cuenta el número de participantes. En este caso el promedio de empleados de las empresas

demandantes es de 25 personas, por lo que si la empresa decide invertir en grupos más grandes, se efectuará un descuento especial.

Forma de pago: Al momento de contratar el servicio, las empresas deberán reservar con el 50% del valor total del curso, y lo restante se cancelará el día que se lleve a cabo el programa seleccionado. La forma de pago será en cheque certificado o efectivo.

1.8.4 Estrategias de Precios

1.- La estrategia constara de políticas de penetración, políticas de penetración de precios por prestigio, y la discriminación de precios.

La política de penetración, será utilizada en la apertura de la empresa ya que la atracción de precios reducidos promoverá ventas en mayor volumen y de esta forma se obtendrá un mayor ingreso. Es importante además porque de esta forma se podrá dar a conocer en sus inicios por brindar excelente servicio a bajos costos de tal forma que se abra mercado para un futuro.

La política de fijación de precios por prestigio, será utilizada una vez que la empresa adquiera una trayectoria de dos años en los cuales ya habrá ganado experiencia en el servicio y madures como ente, lo que generara que la empresa este posicionada como una de las mejores en su área, y por ende será más atractiva para la demanda del servicio, por lo que la consultora podrá fijar precios más altos basándose en que su servicio es bien cotizado en el mercado.

La discriminación de precios, se refiere a que la consultora podrá fijar precios diferentes por el mismo servicio, esta consideración se la realizara de acuerdo a los siguientes aspectos:

- Discriminación con base en el cliente, los clientes no tendrán el mismo grado de conocimiento del servicio (Recursos Humanos) por lo mismo, los informes que requieran serán más limitados que otros quienes si sepan de estos temas y si necesitan informes más detallados.
- Discriminación con base en el tiempo, la entrega de los reportes que el cliente necesitara será mucho más rápida que los de la competencia por ello se podrán manejar precios, mas altos basándose en los tiempos de entrega.

También la estrategia de precios constara de la creación de planes de venta del servicio en los que se reducen los precios a los clientes.

1.8.5 Estrategias de Promoción

En el caso de la consultora, se buscara a través del marketing de servicios, crear conciencia e interés en el servicio de accesoria en el área de Recursos Humanos, especialmente al mercado objetivo, es por esto que, brindar un servicio que supere las expectativas de los clientes.

Sin embargo, en lo referente a la promoción, es necesario asistir a eventos sociales, culturales y a aquellos a los que los ejecutivos de que representen a posibles clientes concurren, para de esta manera generara una interacción y concretar futuras asesorías.

➤ Publicidad

Es una forma pagada de comunicación impersonal de los productos de una organización, se transmite a una audiencia seleccionada de personas. Se utiliza para

dar a conocer sus productos, entre los medios masivos para transmitir la publicidad se encuentran:

Televisión, radio, periódico, revistas, eventos sociales, catálogos, folletos, carteles, Internet, etc.

El objetivo será: Exponer y dar a conocer los servicios de la consultora a través de la realización de una campaña luego de la cual se espera lograr un impacto positivo en los potenciales consumidores, y por supuesto la generación de ventas en mayor escala.

Grupo meta de la publicidad.- Los esfuerzos de la consultora estarán dirigidos a conquistar el mercado de las empresas dedicadas a los sectores de comercialización, servicios y producción del país, con residencia en la ciudad de Latacunga.

1.8.6 Estrategia de Servicio

- Acortar tiempo de respuestas, con la generación rápida y nítida de reportes, información y en general atención al cliente.
- Crear una cultura de atención al cliente, se lograra a través de la gestión interna con el personal de la empresa en general (realizar conferencias en las que se cultive al empleado con relación al trato que este tiene con el cliente).
- Instruir programas de capacitación laboral en la calidad y atención al cliente.
- Organizar a los empleados en equipos de calidad. Suministrándoles liderazgo y generando su compromiso con la calidad.

1.8.7 Estrategias de plaza

En el caso de la empresa que presta servicios en el área de Recursos Humanos, para la satisfacción del cliente, se tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- a) La consultora permitirá llegar al cliente, brindando un servicio personalizado, acorde a las necesidades de cada uno, para de esta manera cumplir con las expectativas del cliente. Por otra parte es importante tener una buena ubicación de la empresa para prestar los servicios.

- b) Retroalimentación con los clientes internos, externos y proveedores: Esto se lo hará a través de la generación de reportes con los que se lograra saber cómo perciben a la consultora sus miembros, sus clientes y sus proveedores. Estos reportes de desempeño se efectuaran a través de la aplicación de cuestionarios que se los emitirá de manera semestral para que con los resultados obtenidos conocer limitaciones y cualidades de los servicios de la empresa, con lo que se espera mejorar y enmendar errores cometidos así como también mantener y apoyarse en los puntos de poder de la empresa.

1.8.8 Canales de Distribución

Después de haber determinado el mercado objetivo, es necesario determinar el mejor canal de distribución del servicio

1.8.9 Cadena de Distribución

El canal de la mayor parte de los servicios es corto y muy simple, debido a su característica de inseparabilidad. Esto es, un servicio generalmente no puede ser separado de su productor. Más aún, muchos servicios se crean, venden y consumen al mismo tiempo.

Por lo antes mencionado, el canal de distribución que la consultora utilice permitirá llegar al cliente, brindando un servicio personalizado, acorde a las necesidades de cada uno, para de esta manera cumplir con las expectativas del cliente.

Una buena ubicación es indispensable cuando se distribuye un servicio directamente del productor al usuario, sobre todo hoy cuando el público busca ante todo la comodidad.

El canal de distribución que utilizará la consultora es cero, ya que el servicio lo entregará de forma directa al consumidor final sin intervención de intermediarios.



CAPITULO II

2. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico tiene como fin determinar el tamaño, la localización óptima, las instalaciones, los equipos y los recursos necesarios que permitan poner en marcha el presente proyecto. Este estudio guiará a la posibilidad técnica de fabricación de un producto que se pretende, en este caso se analizará la factibilidad de prestar el servicio de asesoría en el área de recursos humanos en pequeñas, medianas y grandes empresas.

Además se podrá responder a preguntas relacionadas con el dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir el servicio que se desea brindar. El aspecto técnico también comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del presente proyecto.

En la Localización óptima del proyecto no sólo es tomar en cuenta los factores cuantitativos como los costos de transporte, accesibilidad, sino también los factores cualitativos, tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.

2.1 Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal.”⁸

Se puede afirmar que la determinación del tamaño estará en función de: los recursos financieros disponibles, de la magnitud de la demanda, de las incidencias tecnológicas y de la localización.

2.1.1 Factores determinantes del tamaño

El tamaño del proyecto está relacionado con la demanda y como poder satisfacerla.

Se analizará temas como los factores determinantes del tamaño, en donde se definirá el mercado, la disponibilidad de recursos financieros, materiales tecnológicos y humano, con el fin de tener factores limitantes de la consultora; y establecer el tamaño real al momento de iniciar las operaciones.

Además, se analizarán los factores que influyen en la decisión del tamaño del proyecto, los procedimientos que permitirán poner en marcha el mismo y la demanda insatisfecha.

⁸ <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC> -

2.1.1.1 El mercado

La demanda no satisfecha es uno de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto.

Como resultado de la investigación de mercado realizada en el capítulo anterior, se detectó una demanda insatisfecha lo suficientemente amplia en lo referente a empresas que están interesadas en recibir asesoría en el área de recursos humanos, las mismas que son las pequeñas, medianas y grandes empresas ubicadas en la ciudad de Latacunga, ya que es ahí, donde se encuentran los clientes potenciales.

La información sobre la Demanda Insatisfecha para el presente proyecto se obtiene del balance de la oferta y Demanda proyectada obtenida en el estudio de Mercado. El Análisis de este punto permite seleccionar el Tamaño del Proyecto.

Demanda insatisfecha del 2.010, se restó la demanda actual menos la oferta actual:
 $273 - 2 = 271$ empresas. Como podemos apreciar se cuenta con una demanda insatisfecha de 271 empresas sin el servicio de asesoría en el área de recursos humanos ni capacitaciones.

CUADRO N° 18 DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	TOTAL DEMANDA PROYECTADA	TOTAL OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPTACION 12%
2010	379	2	377	39
2011	428	2	426	45
2012	478	2	476	51
2013	528	2	526	57
2014	578	2	576	63
2015	628	2	626	69

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Andrea Morales

Con los datos obtenidos se determina que se tomará el 12% de la demanda insatisfecha para el primer año de proyección. Si para el 2010 existen 377 empresas interesadas en la asesoría de Recursos Humanos y se capta el porcentaje mencionado se obtendrá 45 cursos anuales, por lo tanto se dictarán 3 cursos mensuales.

El mercado actual no da ningún tipo de restricción que limite la capacidad y los alcances que puede tener el servicio de motivación empresarial para los futuros clientes.

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

“Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la empresa de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible”⁹

El propósito del estudio de financiamiento es determinar la manera de captar recursos financieros a fin de destinarlos a la inversión que se analiza en el proyecto.

Este estudio se lo debe hacer de una forma cuidadosa, ya que la ejecución depende en gran medida de que existan los recursos financieros suficientes para efectuar los pagos y adquisiciones en los plazos previstos para el presente proyecto.

Para la ejecución del proyecto en mención se contará con recursos propios en un 60% y con financiamiento de la Corporación Financiera Nacional en un 40%.

Dentro del sector público existen instituciones financieras, que conceden préstamos con tasas de interés preferenciales para el sector productivo.

También en el sector privado se cuenta con entidades financieras cuyo requisito básico para que una persona acceda a éstos préstamos es su capacidad de pago y garantías.

2.1.1.3 Economías de Escala

“Se llama Economía de escala al proceso mediante el cual los costes unitarios de producción disminuyen al aumentar la cantidad de unidades producidas o, dicho de otra

⁹ BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw

forma, aumentos de la productividad o disminuciones del coste medio de producción, derivados del aumento del tamaño o escala de la planta.”¹⁰

2.1.1.4 Disponibilidad de mano de obra

Para el presente estudio se requerirá de profesionales con experiencia y estudios en las diferentes áreas que se necesita para lograr los objetivos de Selección y Formación del Talento Humano de las empresas de la ciudad de Latacunga. Es indispensable contar un equipo de profesionales de comprobada experiencia en consultorías y de amplio conocimiento de mercado, que sean profesionales con buenos perfiles laborales, dotados de experiencia en el trabajo con el personal, con ideas innovadoras, y con una metodología adecuada para cumplir con los resultados esperados por las empresas que requieren el servicio.

En el país existen aproximadamente 3084 profesionales en las diferentes áreas registrados en la Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador. Dentro de esta base de datos se muestra a continuación, datos de personas que cuentan con uno de los títulos profesionales que necesitará el presente proyecto.

¹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_escala

Cuadro N° 19 Profesionales Ecuador

NOMBRE	CIUDAD	PROFESION	MIEMBRO
Cueva López Marco Antonio	Latacunga	Doctor en Psicología Industrial	ACTIVO
Miño Constante Irene Paola	Latacunga	Licenciado en Comunicación Social	ACTIVO
Naranjo Rivas Rodrigo Esteban	Latacunga	Licenciado en Comunicación Social	ACTIVO
Albán Torres María Catalina	Latacunga	Licenciado en Comunicación Social	ACTIVO
Oña Amaya Lorena Elizabeth	Latacunga	Doctor en Psicología Industrial	ACTIVO
Mesías Terán Gloria	Latacunga	Licenciado en Comunicación Social	ACTIVO

FUENTE: Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador

ELABORADO POR: Andrea Morales

Tomando como base los niveles de desempleo y subempleo que mantiene el país, la facilidad de encontrar recurso humano es una de las ventajas de este proyecto y por lo tanto no limita su capacidad de servicio.

Se puede concluir que si existe mano de obra capacitada que podría ser contratada para el presente proyecto.

Cuadro N° 20 Mano de obra

MANO DE OBRA		
CARGO	PERSONAL REQUERIDO	SUELDO
Gerente Administrativo / financiero	1	\$ 600,00
Asistente Administrativa	1	\$ 300,00
Contador	1	\$ 250,00
Psicólogo Industrial	1	\$ 300,00

Ejecutivo de Ventas	1	\$ 250,00
Capacitador	1	\$ 500,00
TOTAL		\$ 2.200,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

2.1.1.5 Disponibilidad de Insumos

Insumos: El insumo es un bien consumible utilizado en el proceso productivo de otro bien. Los insumos usualmente son denominados factores de la producción o recursos productivos.

Para el caso de servicios se alude a los recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado.

Para el presente proyecto los insumos son:

Cuadro N° 21 Disponibilidad De Insumos Servicio

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS SERVICIO				
INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
hojas bond	RESMA	8	\$ 4,00	\$ 32,00
esferos	UNIDAD	80	\$ 0,25	\$ 20,00
marcadores permanentes	UNIDAD	18	\$ 0,50	\$ 9,00
marcadores tiza liquida	UNIDAD	16	\$ 1,25	\$ 20,00
carpetas de carton	UNIDAD	80	\$ 0,15	\$ 12,00

cartulina	UNIDAD	18	\$ 0,35	\$ 6,30
collares de presentacion	UNIDAD	80	\$ 0,15	\$ 12,00
vinchas	UNIDAD	80	\$ 0,03	\$ 2,40
papel crepe	UNIDAD	18	\$ 0,65	\$ 11,70
scosch	UNIDAD	15	\$ 0,25	\$ 3,75
papelografo	UNIDAD	18	\$ 0,20	\$ 3,60
copias	UNIDAD	473	\$ 0,02	\$ 9,46
impresiones	UNIDAD	80	\$ 0,35	\$ 28,00
TOTAL				\$ 170,21

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro Nº 22 Disponibilidad De Insumos Oficina

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS OFICINA				
INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
hojas bond	RESMA	1	\$ 4,00	\$ 4,00
esferos	UNIDAD	12	\$ 0,25	\$ 3,00
carpetas de cartón	UNIDAD	10	\$ 0,15	\$ 1,50
sobres	UNIDAD	25	\$ 0,15	\$ 3,75
vinchas	UNIDAD	10	\$ 0,03	\$ 0,30
grapas	CAJA	7	\$ 0,85	\$ 5,95
goma	UNIDAD	7	\$ 1,85	\$ 12,95
lápices	UNIDAD	7	\$ 1,90	\$ 13,30
útiles de aseo	UNIDAD	4	\$ 3,50	\$ 14,00
corrector	UNIDAD	7	\$ 0,60	\$ 4,20
minas	UNIDAD	2	\$ 0,25	\$ 0,50
scoch	UNIDAD	7	\$ 0,25	1,75

periódico	UNIDAD	18	\$ 0,65	11,70
útiles de limpieza	UNIDAD	1	\$ 12,50	12,50
clips	CAJA	7	\$ 0,40	\$ 2,80
TOTAL				\$ 92,20

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Materiales.- se refiere a un conjunto de máquinas, o utensilios utilizados para realizar un servicio o una profesión, como materiales de construcción, material didáctico, materiales de escritura, material de laboratorio, material de oficina o material rodante.

La empresa para su funcionamiento, requiere invertir en materiales administrativos que no deben adquirirse mensualmente como son los insumos.

Cuadro Nº 23 Disponibilidad de Materiales Servicio

DISPONIBILIDAD DE MATERIALES SERVICIO				
MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
borrador tiza liquida	UNIDAD	5	\$ 0,45	\$ 2,25
TOTAL				\$ 2,25

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro Nº 24 Disponibilidad de Materiales Oficina

DISPONIBILIDAD DE MATERIALES OFICINA				
MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL

grapadoras	UNIDAD	5	\$ 3,20	\$ 16,00
perforadoras	UNIDAD	5	\$ 3,25	\$ 16,25
porta scoch	UNIDAD	5	\$ 3,50	\$ 17,50
sacagrapas	UNIDAD	5	\$ 0,80	\$ 4,00
porta clips	UNIDAD	5	\$ 1,20	\$ 6,00
tijeras	UNIDAD	5	\$ 0,35	\$ 1,75
sellos	UNIDAD	5	\$ 5,20	\$ 26,00
TOTAL				\$ 87,50

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Equipos.- los equipos de oficina están compuestos por todas las máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas de oficina. El presente proyecto requerirá de equipos como:

Cuadro N° 25 Disponibilidad De Equipos

EQUIPOS TIC			
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
computadoras desktop	3	\$ 425,00	\$ 1.275,00
portátiles	2	\$ 649,00	\$ 1.298,00
retro proyector	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
micrófono	2	\$ 25,00	\$ 50,00
grabadora	2	\$ 115,00	\$ 230,00
impresora	2	\$ 180,00	\$ 360,00
teléfono	4	\$ 30,00	\$ 120,00
fax	1	\$ 130,00	\$ 130,00
amplificador	1	\$ 260,00	\$ 260,00

TOTAL EQUIPOS TIC	\$ 4.923,00
-------------------	--------------------

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro Nº 26 Disponibilidad De Equipos Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
pizarra liquida	2	\$ 39,00	\$ 78,00
pantalla para retro proyector	1	\$ 105,00	\$ 105,00
modulares	10	\$ 68,20	\$ 682,00
escritorios	4	\$ 160,00	\$ 640,00
sillas para oficina	4	\$ 30,00	\$ 120,00
silla gerencial	1	\$ 88,40	\$ 88,40
sillas para visitas	15	\$ 20,55	\$ 308,25
basureros	6	\$ 7,50	\$ 45,00
mesa para reunión	1	\$ 125,00	\$ 125,00
archivador	6	\$ 130,00	\$ 780,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 2.971,65
		TOTAL EQUIPOS TIC Y OFICINA	\$ 7.894,65

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Servicios.- es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se requerirá de los servicios básicos como la luz eléctrica, agua potable y telefonía que lo proveerá las empresas conocidas en el mercado local.

Cuadro N° 27 Disponibilidad De Servicios Básicos

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS			
SERVICIOS	N° MESES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
agua	12	\$ 10,00	\$ 120,00
luz	12	\$ 24,00	\$ 288,00
teléfono	12	\$ 32,00	\$ 384,00
internet	12	\$ 21,00	\$ 252,00
arriendo	12	\$ 400,00	\$ 4.800,00
limpieza de oficina	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL			\$ 7.644,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

2.1.2 Optimización del Tamaño

La determinación del tamaño se basa tomando en cuenta el número de programas de selección y capacitación que se va impartir mensualmente. Por ser un nuevo negocio, se pretende dar 3 cursos de asesoría.

Las variables básicas que se deben tomar en cuenta son el presupuesto que tienen las empresas para realizar este tipo de eventos en el personal y el número de empresas que están interesadas en este tipo de servicio.

El objetivo del mismo es estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar y determinar el valor actual neto de cada curso de capacitación y selección de personal.

2.1.3 Definición de la capacidad de Gestión y Desarrollo

La puesta en marcha del presente proyecto responderá a las expectativas de la demanda potencial, la misma que en su mayor porcentaje está ubicada en el Norte de la Ciudad de Latacunga.

2.2 Localización del Proyecto

El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los clientes y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes.

2.2.1 Macrolocalización

Macrolocalización.- A la selección del área donde se ubicará el proyecto se le conoce como “Estudio de macro localización”. La macrolocalización permite tener varias opciones de localización óptimas en la cual se pueda situar el presente proyecto. En este caso se a tomó a la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

Gráfico N° 13 Mapa Macrolocalización



2.2.2 Microlocalización

Microlocalización.- Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar las oficinas del proyecto, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad.

El análisis de la microlocalización lleva a la definición puntual del sitio del proyecto, en cual se cumpla con las expectativas de la demanda potencial. En lo que se refiere a la microlocalización, tienen especial importancia entre otros, los siguientes factores:

La ubicación de las oficinas es importante, por lo tanto se ubicará en uno de los sectores de la Ciudad de Latacunga, donde se analizará un conjunto de variables, las mismas que de acuerdo a sus resultados, permitirá tomar las decisiones oportunas.

La facilidad de transporte es otro de los factores importantes, por lo que las oficinas deben estar en un lugar accesible, cercano y así los representantes de las empresas no tengan ningún inconveniente en visitar las instalaciones donde se ubicará el presente proyecto.

Las vías de acceso deben ser adecuadas, con la facilidad que los medios de transporte puedan ingresar y así no tenga inconvenientes para poder llegar al sitio donde se ubicarán las oficinas del presente proyecto.

Los servicios básicos son indispensables pero al estar ubicados en una zona industrial estos servicios son continuos. Actualmente con el problema que se vive de la escasez de energía eléctrica, se debe tomar en cuenta las respectivas precauciones con la tecnología y que este factor no sea un obstáculo para el desarrollo de los cursos de motivación.

2.2.2.4 Criterios de selección de alternativas

Las alternativas de localización dependerán básicamente de las características del servicio.

Otros criterios de localización abarcan generalmente el estudio de los siguientes aspectos:

Ubicación: este factor es importante ya que el sector donde se ubiquen las oficinas del servicio tiene que ser unas oficinas confortables, de status para que funcione el área administrativa. Las opciones serían los dos sectores de Latacunga: centro (Santo Domingo) norte (La Fae) y sur (El Loreto).

La ponderación para este criterio es del 25% de la calificación total.

Vías de Acceso: entre las alternativas de localización es ideal que se tome en cuenta la facilidad del acceso, la congestión del tráfico y la afluencia de medios de transporte para llegar al lugar donde se ubique el proyecto.

La ponderación para este criterio es del 25% de la calificación total.

Disponibilidad de servicios básicos: Aquí se incluyen los servicios públicos de electricidad, agua y teléfono, así la comunicación es rápida y segura.

La ponderación para este criterio es del 10% de la calificación total.

Internet: Es indispensable que se pueda contar con el servicio de internet, el cual tendrá una ponderación de 10% de la calificación total.

Cercanía al Mercado: Este factor es indispensable, ya que los futuros clientes visitarán las oficinas para llegar a un acuerdo sobre el servicio que se brindará o si es requerido por ellos, se realizará una reunión en su propia empresa para lo cual es importante las instalaciones estén cerca al mercado. La ponderación para este criterio es de 30% de la calificación total.

2.2.2.5 Matriz de localización

Con los datos mencionados anteriormente se procede a desarrollar la matriz de ponderación considerando los factores antes descritos, para luego elegir el lugar óptimo de la microlocalización.

Para la calificación de los factores de tomará en cuenta una escala del 1 al 10; donde 1 es la mínima calificación y 10 es la máxima calificación.

Cuadro N° 28 Matriz de Localización

MATRIZ LOCALIZACIÓN							
Criterios	Ponderación n	NORTE		SUR		CENTRO	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Ubicación	0,25	9	2,25	8	2,00	7	1,75
Vías de Acceso	0,25	9	2,25	9	2,25	8	2,00
Servicios Básicos	0,10	10	1,00	10	1,00	9	0,90
Internet	0,10	10	1,00	9	0,90	8	0,80
Cercanía al Mercado	0,30	9	2,70	7	2,10	6	1,80
Total			9,20		8,25		7,25

FUENTE: Secundarias

ELABORADO POR: Andrea Morales

2.2.2.6 Selección de la Alternativa Óptima

En base a la matriz de localización expuesta en la cuadro N° 27, se ha determinado el lugar óptimo para localizar el presente proyecto.

El lugar con mayor puntuación es el Sector Norte, que obtuvo un total de 9.20 puntos; el mismo que cumple con la calificación más alta en cuanto a los criterios seleccionados para la mejor alternativa del proyecto.



2.3 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de un proyecto tiene por objeto llenar una doble función:

- ❖ La de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto.

- ❖ La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

Con esta información se responderá a la capacidad instalada del proyecto para cubrir la demanda insatisfecha en el primer año y en los años siguientes.

2.3.1 Cadena de valor

“La cadena valor es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor.”¹¹

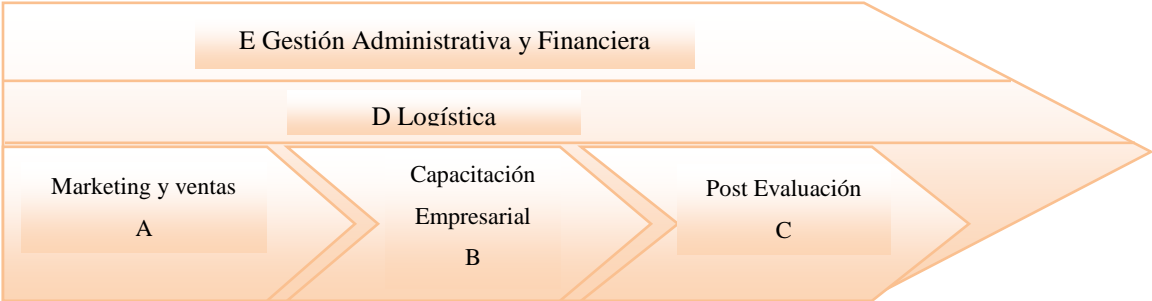
Para explicar la cadena de valor hay que basarse en el análisis de Porter, que fue quien propusiera este concepto. Porter distingue entre actividades primarias y actividades de apoyo.

“**Actividades Primarias**, son las que intervienen en la creación física del producto o servicio, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia posterior a la venta. **Actividades de apoyo**, respaldan a las primarias y viceversa, al ofrecer insumos, tecnología, recursos humanos y diversas funciones globales.”

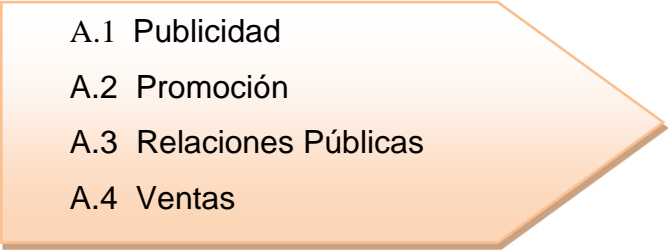
¹¹ <http://www.crecenegocios.com/cadena-de-valor>, Internet

Para este estudio las actividades primarias son las que se desarrollan dentro de los procesos citados en el gráfico: Marketing y Ventas, Capacitación Empresarial y Post Evaluación. Y como actividades de apoyo son: Gestión Administrativa – Financiera y Logística

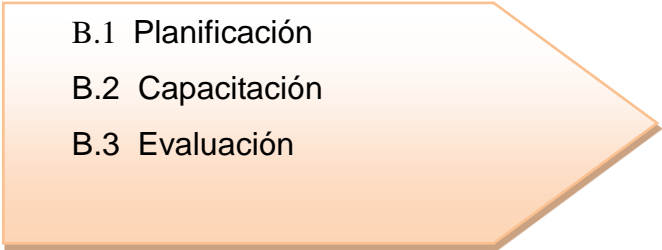
CADENA DE VALOR



A. MARKETING Y VENTAS



B. CAPACITACION EMPRESARIAL

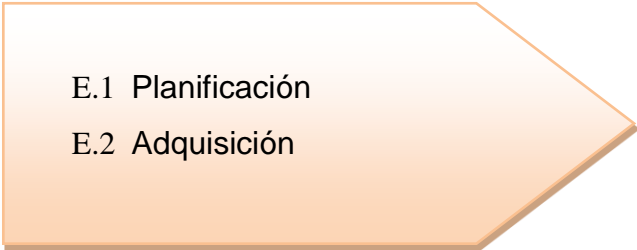


C. POST EVALUACION



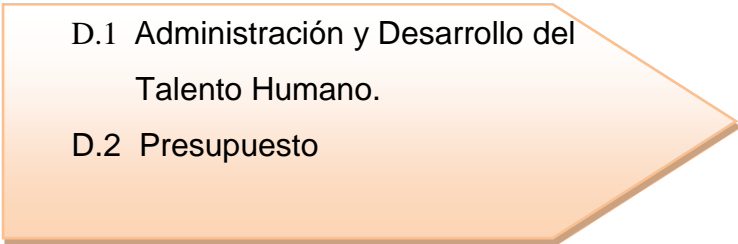
C.1 Diagnóstico

D. LOGISTICA



E.1 Planificación
E.2 Adquisición

E. GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA



D.1 Administración y Desarrollo del
Talento Humano.
D.2 Presupuesto

2.3.2 El Proceso de Producción

2.3.1.1 Diagrama de Flujo

Un Proceso productivo consiste en transformar entradas (insumos) en salidas, (bienes y/o servicios) por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos, etc. Un proceso productivo incluye acciones que ocurren en forma planificada, y producen un cambio o transformación de materiales, objetos y/o sistemas, al final de los cuales obtenemos un producto. En nuestra empresa el proceso es directo con el cliente ofertando los diferentes tipos de eventos que podemos realizar.



Operación: Las materias primas o insumos experimentan un cambio o transformación por medios físicos, mecánicos o químicos o alguna combinación de ellos.



Transporte: Es la acción de movilizar las materias primas, insumos, los productos en proceso o productos terminados.



Demora: Cuando existe un "cuello de botella" hay que esperar turno o se está realizando alguna actividad.



Almacenamiento: De materias primas, insumos, productos en proceso o productos terminados.



Inspección: Es una acción de controlar una operación o verificar la calidad del producto.

Una vez analizadas las posibles interpretaciones que pueden darse para cada figura, se procede a elaborar el diagrama de flujo del proceso que será utilizado en el presente estudio.

Cuadro N° 29.1 Flujograma De Proceso Marketing Y Ventas

Proceso: A. Marketing y Ventas							
Procedimiento: A.1 Publicidad							
N°	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇
		(minutos)					
1	Diseñar la publicidad del servicio de formación de talento humano	120	X				
2	Analizar la mejor propuesta publicitaria.	30				X	
3	Ejecutar la propuesta publicitaria.	15	X				
4	Evaluar el plan publicitario.	15			X		
5	Reformular el plan publicitario considerando las respuestas del mercado	30	X				
TOTAL		210					

Cuadro N° 29.2 Flujograma De Proceso Marketing Y Ventas

Proceso: A. Marketing y Ventas							
Procedimiento: A.2 Promoción							
N°	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇
		(minutos)					
1	Analizar la cartera de programas de formación de talento humano.	60	X				
2	Establecer propuestas de cursos de acuerdo a las necesidades del mercado.	60	X				
3	Visitar a los clientes potenciales.	180		X			
4	Establecer propuestas estratégicas con otras empresas y por medio de los programas de formación de talento humano, publicitar a las mismas.	60	X				

TOTAL	360								
--------------	-----	--	--	--	--	--	--	--	--

Cuadro Nº 29.3 Flujograma De Proceso Marketing Y Ventas

Proceso: A. Marketing y Ventas									
Procedimiento: A.3 Relaciones Públicas									
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇		
		(minutos)							
1	Obtener base de datos de empresas	30							X
2	Diseñar plan de visitas a Empresas para ofertar un programa de charlas promocionales.	60	X						
3	Evaluar el cronograma de visitas.	180			X				
4	Reprogramar la agenda de visitas de acuerdo a los objetivos de las empresas.	30	X						
TOTAL		300							

Cuadro Nº 29.4 Flujograma De Proceso Marketing Y Ventas

Proceso: A. Marketing y Ventas									
Procedimiento: A.4 Ventas									
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇		
		(minutos)							
1	Elaborar una propuesta de acuerdo a los requerimientos del cliente.	30	X						
2	Establecer alternativas de pago.	10	X						
3	Establecer una garantía de pago.	5	X						
4	Firmar el contrato	5	X						
TOTAL		50							

Cuadro Nº 29.5 Flujograma De Proceso Capacitación Empresarial

Proceso: B. Capacitación Empresarial							
Procedimiento: B.1 Planificación							
N o	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	▽
		(minutos)					
1	Diseñar y formular el plan de los programas de formación de talento humano.	60	X				
2	Validar y difundir el plan de los programas de formación de talento humano.	20	X				
3	Diseñar, analizar y validar los programas de acuerdo a las necesidades del mercado (empresas).	30	X				
4	Evaluar a los capacitadores o psicólogos heanduting de los diferentes programas.	30			X		
5	Reprogramar los programas de acuerdo a las necesidades del cliente.	30	X				
TOTAL		170					

Cuadro Nº 29.6 Flujograma De Proceso Capacitación Empresarial

Proceso: B. Capacitación Empresarial							
Procedimiento: B.2 Capacitación							
N o	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	▽
		(minutos)					
1	Trasladar al personal al lugar del curso.	45		X	□		□
2	Registrar la asistencia del personal.	5					X
3	Presentar al personal que va dar la charla y dar la bienvenida	20	X				
4	Exponer los temas que se van a tratar.	15	X				
5	Desarrollar cada tema del curso de capacitación.	150	X				
6	Participar conjuntamente con el personal en los diferentes juegos y trabajos en equipo.	170	X				
7	Discutir y analizar los casos dictados por el expositor.	60	X				

8	Clausura del curso de capacitación.	30	X				
TOTAL		495					

Cuadro Nº 29.7 Flujograma De Proceso Capacitación Empresarial

Proceso: B. Capacitación Empresarial							
Procedimiento: B.3 Evaluación							
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇
		(minutos)					
1	Supervisar y evaluar los cursos impartidos por el expositor.	30			□	X	□
2	Analizar y Evaluar los Resultados.	30	X				
3	Realizar una visita postevaluativa con el representante de la empresa contratante a fin de realizar un diagnóstico de los resultados del curso.	60			X		
4	Retroalimentar al personal que participo en el curso.	120	X				
TOTAL		240					

Cuadro Nº 29.8 Flujograma De Proceso Post Evaluación

Proceso: C. Post Evaluación							
Procedimiento: C.1 Diagnóstico							
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇
		(minutos)					
1	Visitar a los clientes que han recibido el curso para realizar una encuesta sobre el servicio recibido.	120	X				
2	Reformular las necesidades del cliente con el diagnóstico obtenido.	30	X				
3	Determinar nuevos cursos según necesidades.	30	X				
4	Analizar nuevas metodologías de enseñanza y servicio para los futuros clientes.	60	X				
TOTAL		240					

Cuadro Nº 29.9 FLUJOGRAMA DE PROCESO GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Proceso: D. Gestión Administrativa y Financiera							
Procedimiento: D.1 Administración y Desarrollo del Talento Humano.							
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇
		(minutos)					
1	Establecer requerimientos de cursos a dictar para buscar al personal idóneo para dichas charlas.	30	X				
2	Reclutar a posibles candidatos.	60	X				
3	Seleccionar al personal idóneo.	30			X		
4	Incorporar al nuevo personal.	10	X				
5	Realizar un seguimiento al recurso humano.	30	X				
TOTAL		160					

Cuadro Nº 29.10 Flujograma De Proceso Gestión Administrativa Y Financiera

Proceso: D. Gestión Administrativa y Financiera							
Procedimiento: D.2 Presupuesto							
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	∇
		(minutos)					
1	Diseñar un programa de presupuestos.	30	X				
2	Emitir las partidas presupuestarias.	45	X				
3	Evaluar la Gestión presupuestaria.	15			X		
4	Elaborar informe de resultados.	10	X				
TOTAL		100					

Cuadro Nº 30.1 Flujograma De Proceso Logística

Proceso: E. Logística							
Procedimiento: E.1 Planificación							
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	▽
		(minutos)					
1	Planificar las necesidades y requerimientos de acuerdo al plan de capacitación.	60	X				
2	Analizar los requerimientos de acuerdo a los eventos.	30	X				
3	Evaluar a los proveedores.	30			X		
TOTAL		120					

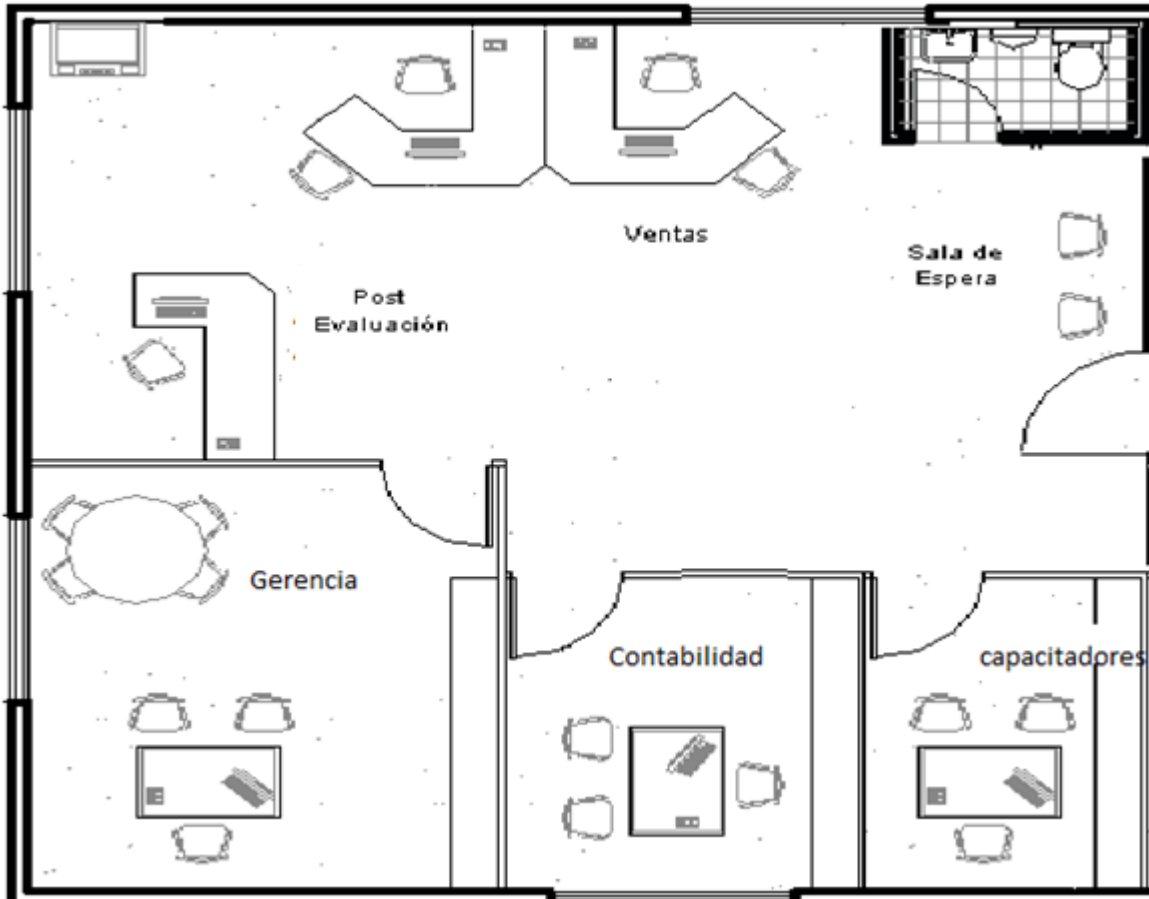
Cuadro Nº 30.2 Flujograma De Proceso Logística

Proceso: E. Logística							
Procedimiento: E.2 Adquisición							
Nº	Tareas	Tiempo	O	⇒	□	D	▽
		(minutos)					
1	Adquirir lo diversos recursos de acuerdo a lo planificado por el área de logística.	20	X				
2	Control de calidad de los recursos adquiridos.	20			X		
3	Registrar y controlar el inventario.	10					X
4	Emitir informes de recursos adquiridos.	10	X				
TOTAL		60					

2.3.2 Distribución de la Planta

Las oficinas de este servicio estarán ubicadas de la siguiente manera, según las necesidades requeridas para la parte administrativa del nuevo proyecto.

Gráfico N° 14 Distribución de la Planta



Elaborado por: Andrea Morales




2.3.3 Requerimiento de equipos y tecnología

Como el presente proyecto en desarrollo se dedicará a la selección y capacitación de acuerdo al grupo objetivo establecido y considerando la demanda insatisfecha proyectada, la cual fue el resultado de la Investigación de mercado, se estableció que

se establecerán 3 programas de selección y capacitación mensuales. En consecuencia, los requerimientos de equipos y tecnología son:

Cuadro Nº 31.1 Requerimiento de Equipos Tic



EQUIPOS TIC						
EQUIPOS	UNID.	CARACTERÍSTICAS	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	FOTO
Computadoras desktop	U	Computador intel atom 330 1.6 ghz con lcd de 17 lg, 6 puertos usb , memoria ram 1gb, disco duro 160gb sata	3	425,00	\$ 1.275,00	
Portátiles	U	Compaq 515 Amd Sempron 2.1ghz/1gb/250gb	2	649,00	\$ 1.298,00	
Retro proyector	U	Epson S6, proyección delantera, posterior o soporte para techo, luminosidad de 2200 lumenes ansi	2	600,00	\$ 1.200,00	
Micrófono	U	Inalámbrico, con alta definición	2	25,00	\$ 50,00	
Grabadora	U	Radio Grabadora Con Reproductor Mp3 Panasonic Rx-d29	2	115,00	\$ 230,00	
Impresora	U	Velocidad (B/N): hasta 22 ppm en formato A4, capacidad 8 MB,	2	180,00	\$ 360,00	

<p>Compatibilidad SO Windows 2000/XP/2003 Peso 5.9 kg</p>						
Teléfono	U	Teléfono con extensiones para oficina, marcaje tonos o pulsos	4	30,00	\$ 120,00	
Fax	U	PANASONIC modelo KX-FP205, con funciones de fax, teléfono, copiadora e identificador de llamadas	1	130,00	\$ 130,00	
Amplificador	U	Amplificador de 30W	1	260,00	\$ 260,00	
TOTAL					\$ 4.923,00	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro Nº 31.2 Requerimiento De Equipo De Oficina

EQUIPOS DE OFICINA						
EQUIPOS	UNID.	CARACTERÍSTICAS	CANT.	COST O UNIT.	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Pizarra Liquida	U	De 120 X 80 Cm.	2	39,00	\$ 78,00	
Pantalla para retroproyector	U	Manual de (48 x 64")	1	105,00	\$ 105,00	

Modulares	metro	Cada oficina se dividirá con 3 metros	10	68,20	\$ 682,00	
Escritorios	U	Tablero en melaminico de 25 mm con perfil tipo canto duro, cajonera de 3 gavetas, faldon metálico perforado decorativo	4	160,00	\$ 640,00	
Sillas para oficina	U	Silla giratoria hidráulica sin brazos	4	30,00	\$ 120,00	
Silla gerencial	U	Silla moderna gerencial de cuerina	1	88,40	\$ 88,40	
Sillas para visitas	U	Silla tapizada en cuerina	15	20,50	\$ 308,25	
Basureros	U	Plásticos, medianos color negro	6	7,50	\$ 45,00	
Mesa para reunión	U	Madera, alargada para 6 sillas	1	125,00	\$ 125,00	
Archivador	U	Archivador aéreo, con puerta plana y seguro en melaminico	6	130,00	\$ 780,00	
TOTAL EQUIPO DE OFICINA					\$ 2.971,65	
TOTAL EQUIPOS TIC Y OFICINA					\$ 7.894,65	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Para ciertos equipos requeridos, se tomará en cuenta un adicional, ya que es necesario que se tenga una reserva para cualquier eventualidad. Se contará con un seguro para los activos fijos que corresponde al 5% del total de los Equipos este valor es de \$\$ 394,73 anualmente.

2.3.4 Requerimiento de la mano de obra

Para iniciar la producción y normal desarrollo del proyecto se va a requerir del siguiente recurso humano que se detalla a continuación:

Cuadro Nº 32.1 Requerimiento De Mano De Obra

EMPLEADO	SBU	HORAS	APORTE	DECIMO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE	VACACIONES	SUELDO
		EXTRAS	PATRONAL	TERCER	SUELDO	RESERVA	TOTAL	
SUELDO								
GERENTE	600		72,90	49,98	16,67	49,98	25,00	814,53
CONTADOR/SECRETARIA	250		30,38	20,83	16,67	20,83	10,42	349,11
SPICOLOGO INDUSTRIAL	300	39,06	36,45	24,99	16,67	24,99	12,50	454,66
CAPACITADOR	500	39,06	60,75	41,65	16,67	41,65	20,83	720,61
EJECUTIVO DE VENTAS	250	39,06	30,38	20,83	16,67	20,83	10,42	388,17
TOTAL	1900	117,18	230,85	158,27	83,35	158,27	79,16	2727,08

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

2.3.5 Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios

Los requerimientos en cuanto a insumos anualmente, son los siguientes:

Cuadro Nº 32.2 Requerimiento Anual De Insumos Servicio

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS SERVICIO ANUAL					
Insumo	Unidad	Características	Cant. Anual	Costo	Costo
				Unit.	Anual
Hojas bond	Resma	Tamaño A4	96	\$ 4,00	\$ 384,00
Esferos	U	Marca bic color negro	960	\$ 0,25	\$ 240,00
Marcadores permanentes	U	Marca bic varios colores	216	\$ 0,50	\$ 108,00
Marcadores tiza liquida	U	Marca bic varios colores	192	\$ 1,25	\$ 240,00
Carpetas cartón	U	Normales de colores	960	\$ 0,15	\$ 144,00
Cartulina	U	Pliego de diferentes colores	216	\$ 0,35	\$ 75,60
Collares de Presentación	U	Tarjetas de cartulina	960	\$ 0,15	\$ 144,00
Vinchas	U	Metálicas	960	\$ 0,03	\$ 28,80
Papel Crepe	U	De colores	216	\$ 0,65	\$ 140,40
Papel Brillante	U	De colores	216	\$ 0,30	\$ 64,80
Scosch	U	Pequeño	180	\$ 0,25	\$ 45,00
Papelógrafo	U	Pliegos de papel periódico	216	\$ 0,20	\$ 43,20
Copias	U	Blanco y negro	5676	\$ 0,02	\$ 113,52
Impresiones	U	A Colores	960	\$ 0,35	\$ 336,00
TOTAL			12024		\$ 2.107,32

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro Nº 33.1 Requerimiento Anual De Insumos Oficina

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS OFICINA ANUAL					
Insumo	Unidad	Características	Cant.	Costo	Costo
			Anual	Unit.	Anual
Hojas bond	Resma	Tamaño A4	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Esferos	U	Marca bic color negro	144	\$ 0,25	\$ 36,00
Carpetas cartón	U	Normales de colores	120	\$ 0,15	\$ 18,00
Sobres	U	Manila	300	\$ 0,15	\$ 45,00
Vinchas	U	Metálicas	120	\$ 0,03	\$ 3,60
Grapas	caja	De cualquier marca	84	\$ 0,85	\$ 71,40
Goma	U	De cualquier marca	84	\$ 1,85	\$ 155,40
lápices	U	Lápiz de minas 0,5	84	\$ 1,90	\$ 159,60
Útiles de Aseo	U	Papel, jabón ambientales	48	\$ 3,50	\$ 168,00
Corrector	U	Bic tipo esfero	84	\$ 0,60	\$ 50,40
Minas	U	Stadler 0,5	24	\$ 0,25	\$ 6,00

Scosch	U	Pequeño	84	\$ 0,25	\$ 21,00
Periódico	U	Comercio lunes a viernes	216	\$ 0,65	\$ 140,40
Útiles de limpieza	U	kit de limpieza	12	\$ 12,50	\$ 150,00
Clips	caja	De cualquier marca	84	\$ 0,40	\$ 33,60
TOTAL			1500		\$ 1.106,40

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Los requerimientos en cuanto a materiales anualmente, son los siguientes:

Cuadro N° 33.2 Requerimiento Anual De Materiales Servicio

DISPONIBILIDAD DE MATERIALES SERVICIO				
MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
borrador tiza liquida	UNIDAD	5	\$ 0,45	\$ 2,25
TOTAL				\$ 2,25

Cuadro N° 33.3 Requerimiento Anual De Materiales Servicio Oficina

DISPONIBILIDAD DE MATERIALES OFICINA				
MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
grapadoras	UNIDAD	5	\$ 3,20	\$ 16,00
perforadoras	UNIDAD	5	\$ 3,25	\$ 16,25
porta scoch	UNIDAD	5	\$ 3,50	\$ 17,50
sacagrapas	UNIDAD	5	\$ 0,80	\$ 4,00
porta clips	UNIDAD	5	\$ 1,20	\$ 6,00
tijeras	UNIDAD	5	\$ 0,35	\$ 1,75

sellos	UNIDAD	5	\$ 5,20	\$ 26,00
TOTAL				\$ 87,50

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

El cálculo de los materiales e insumos se tomaron en cuenta considerando que se dará 3 programas de selección y capacitación de personal al mes, con un grupo aproximado de 25 personas.

Los requerimientos en cuanto a servicios anuales, son los siguientes:

Cuadro Nº 34 Requerimiento Anual De Servicios Básicos

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS			
SERVICIOS	Nº MESES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
agua	12	\$ 10,00	\$ 120,00
luz	12	\$ 24,00	\$ 288,00
teléfono	12	\$ 32,00	\$ 384,00
internet	12	\$ 21,00	\$ 252,00
arriendo	12	\$ 400,00	\$ 4.800,00
limpieza de oficina	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL			\$ 7.644,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

- **Otros gastos**

A continuación se detallaran otros gastos, en los que incurrirá el presente proyecto:

Cuadro N° 35.1 Otros Gastos

OTROS GASTOS		
Gastos Remodelación	1	500,00
Adecuación cableado	1	1.068,00
Instalación modulares	1	892,00
TOTAL		2.460,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

En las siguientes tablas se detalla cada uno de los gastos:

Cuadro N° 35.2 Gasto Remodelación Oficina

GASTO REMODELACIÓN OFICINA		
Pintura oficina	1	100,00
Adecuación cableado	1	250,00
Instalación modulares	1	150,00
TOTAL		500,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro N° 35.3 Gasto Estudio Proyecto

GASTOS ESTUDIO PROYECTO		
Curso Taller	1	1.056,00
Derechos	1	12,00
TOTAL		1.068,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Cuadro N° 35.4 Gasto De Constitución

GASTO DE CONSTITUCIÓN		
CONCEPTO	MIN	MAX
ABOGADO	200.00	500.00
NOTARIO	60.00	80.00
REGISTRO MERCANTIL	120.00	120.00
MUNICIPIO	1.00	1.00
SRI	1.00	1.00
AFILIACIONES	100.00	500.00
VARIOS (TRANSPORTE, COPIAS, ETC)	50.00	50.00
TOTAL	532.00	1252.00
PROMEDIO		892.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Estos gastos son sujetos a amortización y están dentro de los activos diferidos.

2.3.6 Determinación de las inversiones

Para la determinar la inversión se debe sumar todos los requerimientos que se tomaron en cuenta en los puntos anteriores. Los datos son los siguientes:

Cuadro Nº 36.1 Inversiones

EQUIPOS TIC			
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
computadoras desktop	3	\$ 425,00	\$ 1.275,00
portátiles	2	\$ 649,00	\$ 1.298,00
retro proyector	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
micrófono	2	\$ 25,00	\$ 50,00
grabadora	2	\$ 115,00	\$ 230,00
impresora	2	\$ 180,00	\$ 360,00
teléfono	4	\$ 30,00	\$ 120,00
fax	1	\$ 130,00	\$ 130,00
amplificador	1	\$ 260,00	\$ 260,00
TOTAL EQUIPOS TIC			\$ 4.923,00
EQUIPOS DE OFICINA			
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
pizarra liquida	2	\$ 39,00	\$ 78,00
pantalla para retro proyector	1	\$ 105,00	\$ 105,00
modulares	10	\$ 68,20	\$ 682,00

escritorios	4	\$ 160,00	\$ 640,00
sillas para oficina	4	\$ 30,00	\$ 120,00
silla gerencial	1	\$ 88,40	\$ 88,40
sillas para visitas	15	\$ 20,55	\$ 308,25
basureros	6	\$ 7,50	\$ 45,00
mesa para reunión	1	\$ 125,00	\$ 125,00
archivador	6	\$ 130,00	\$ 780,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 2.971,65
TOTAL EQUIPOS TIC Y OFICINA			\$ 7.894,65

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

En la siguiente tabla se presenta el Capital de Trabajo necesario para el giro normal de la empresa:

Cuadro Nº 36.2 Capital De Trabajo

METODO POR CICLO DE CAJA		
CICLO DE CAJA	30 DIAS	
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	KT INICIAL AÑO CERO
mano de obra	\$ 24.217,19	\$ 1.990,45
directa M.O.D		
materiales	\$ 2.168,97	\$ 178,27
directos M.P.		

suministros y servicios	\$ 13.614,77	\$ 1.119,02
SUMA	\$ 40.000,93	\$ 3.287,75
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 3.287,75

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

Como se puede visualizar en el cuadro N 36, para el cálculo del capital de trabajo, se toma en cuenta los rubros anuales de Mano de obra directa, materiales directos, suministros y servicios, se divide para 365 días y se multiplica para los 30 días del ciclo de caja. El capital de trabajo necesario para la ejecución del presente proyecto es de \$3.287,75 dólares, los cuales serán financiados por el accionista principal.

Al determinar el total de la inversión, se considera que el 60% será cubierto por financiamiento propio y el 40% restante por instituciones financieras que concedan el crédito, en este caso con la CFN.

2.3.7 Calendario de Ejecución del proyecto

Cuadro N° 37 Calendario Ejecución Proyecto

N°	ACTIVIDAD	MESES											
		Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio		
1	Elaboración del proyecto	[Red shaded cells from Oct to Mar]											
2	Trámites de Constitución	[Blue shaded cells from Apr to May]											
3	Permisos	[Dark blue shaded cells from Apr to May]											
4	Trámites de Crédito	[Dark blue shaded cells from Apr to May]											
5	Alquiler del Inmueble	[Orange shaded cells from May to Jun]											
6	Crédito Aprobado	[Brown shaded cells from May to Jun]											
7	Compra de insumos, materiales y equipos	[Green shaded cells from Jun to Jul]											
8	Instalación y adecuación de oficina	[Purple shaded cells from Jun to Jul]											
9	Selección de Personal	[Light green shaded cells from Jun to Jul]											
10	Inducción de Personal	[Light blue shaded cells from Jul to Aug]											
11	Inicio de Actividades	[Tan shaded cells from Aug to Sep]											

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: Andrea Morales

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

2.4 Base Legal

“Entidad que puede ser una persona, familia, compañía o cooperativa que realiza actividades mercantiles o presta servicios; se emplea también para designar determinada actividad productiva o comercial.”¹²

En este capítulo se desarrollará el proceso que se debe desarrollar para que la empresa que se quiere emprender, se constituya legalmente. Es importante este paso ya que así va ser legalmente reconocida, tendrá facilidad para que le concedan un crédito, que emita comprobantes de pago y que produzco, comercialice y promocióne los productos o servicios con autoridad y sin restricciones.

2.4.1 Constitución de la empresa

La empresa debe constituirse legalmente, mediante escritura pública con todas las formalidades que la ley establece, para lo cual la Superintendencia de Compañías establece los siguientes pasos para su constitución:

¹² <http://www.fao.org/Wairdocs/X5035S/X5035s0o.htm>

- ⊕ Elaboración y presentación ante la Superintendencia para formulación de observaciones, de la minuta de escritura pública, que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital.
- ⊕ Aprobación en la Superintendencia de Compañías;
- ⊕ Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria;
- ⊕ Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura y de la razón de la aprobación.
- ⊕ Sacar una certificación municipal.
- ⊕ Se debe realizar la inscripción a la cámara o gremio que corresponda al objeto social y autorizaciones que se requieran en los casos que determine la ley.
- ⊕ Solicitud de aprobación de la constitución de la Compañía, dirigida a la Superintendencia de Compañías, adjuntado tres copias certificadas de la escritura respectiva.
- ⊕ Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañía.
- ⊕ Protocolización de la resolución aprobatoria.
- ⊕ Inscripción en el registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia y en el Registro Único de contribuyentes.

- ⊕ Inscripción en el Registro Mercantil del nombramiento de los administradores con la razón de la aceptación del cargo.
- ⊕ Autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.
- ⊕ De igual forma la empresa deberá obtener en el SRI el número de RUC. Además papeles como la Patente, y Afiliación a la Cámara de Comercio.
- ⊕ Hacer trámites para obtener la Historia Laboral en el IESS

Adicionalmente, será preocupación de los directivos de la empresa la administración de los recursos humanos; los recursos financieros y la estructura organizacional.

2.4.2 Tipo de empresa (Sector/actividad/CIU)

Las empresas pueden dividirse por el sector de la siguiente manera:

- ✓ **Sector primario:** son las que crean la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, etc.).
- ✓ **Sector secundario:** son las que centra su actividad productiva al transformar físicamente bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.

✓ **Sector terciario o de servicios:** realizan actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, etc.

Las empresas pueden dividirse según su actividad de la siguiente manera:

❖ **Producción:** es la empresa que transforma la materia prima a un producto terminado.

❖ **Comercio:** es la empresa especializada en revender el producto, sin haberlo transformado.

❖ **Servicio:** es la empresa que utiliza una habilidad personal, con apoyo de algún equipo.

La Consultora de Recursos Humanos se encuentra ubicada:

Por el sector: Terciario,

Por la actividad: Servicios,

Según el CIU: Actividades de Asesoramiento Empresarial y en Materia de Gestión

2.4.3 Razón Social, logotipo, slogan

Razón Social: la empresa tendrá el nombre de “CRHA CONSULTORES”, este nombre ayuda a identificar a que se dedica la empresa, que servicio brinda y con sus siglas permite que el nombre sea recordado cuando este posicionado en el mercado.

La empresa será constituida como Sociedad Anónima ya que consta con un capital que está dividido por acciones negociables, la participación en el capital social es a través de acciones y los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta el monto del capital aportado.

Logotipo:

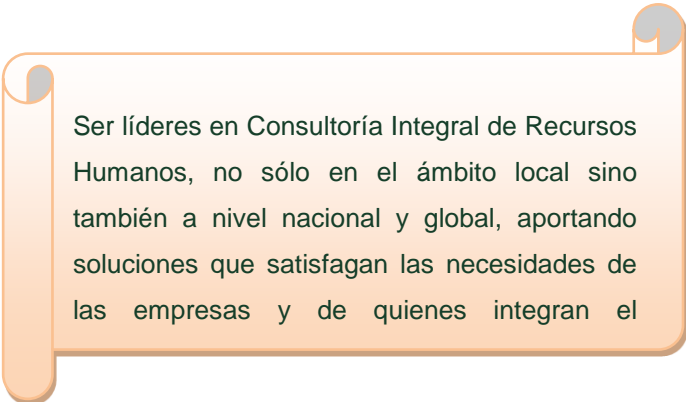


Slogan: el slogan que estará conjuntamente con el logotipo será: “CONSTRUYENDO CAPITAL HUMANO”, el cual enfatiza lo importante que es la selección y capacitación del personal para poder llegar al éxito de las empresas.

2.5 Base Filosófica de la Empresa

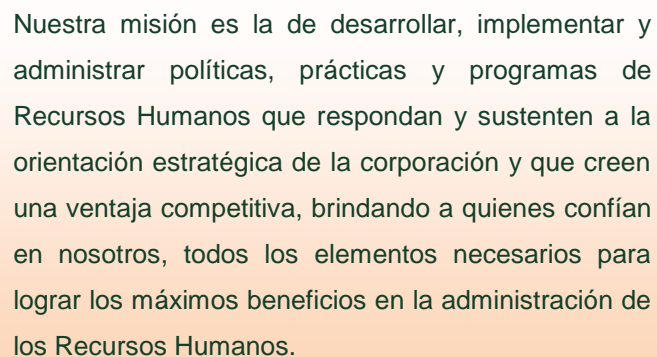
La base filosófica de una empresa es importante ya que encamina a la misma a cumplir su razón de ser. Es fundamental establecer una visión, misión, objetivos estratégicos, principios y valores para que la empresa tenga una dirección y un enfoque correcto para llegar a posicionarse en el mercado.

2.5.1 Visión

A callout box with a light orange background and a dark orange border. It has a scroll-like effect on the left and right sides. The text inside is centered and reads: "Ser líderes en Consultoría Integral de Recursos Humanos, no sólo en el ámbito local sino también a nivel nacional y global, aportando soluciones que satisfagan las necesidades de las empresas y de quienes integran el".

Ser líderes en Consultoría Integral de Recursos Humanos, no sólo en el ámbito local sino también a nivel nacional y global, aportando soluciones que satisfagan las necesidades de las empresas y de quienes integran el

2.5.2 Misión

A callout box with a light orange background and a dark orange border. It has a scroll-like effect on the left and right sides. The text inside is centered and reads: "Nuestra misión es la de desarrollar, implementar y administrar políticas, prácticas y programas de Recursos Humanos que respondan y sustenten a la orientación estratégica de la corporación y que creen una ventaja competitiva, brindando a quienes confían en nosotros, todos los elementos necesarios para lograr los máximos beneficios en la administración de los Recursos Humanos."

Nuestra misión es la de desarrollar, implementar y administrar políticas, prácticas y programas de Recursos Humanos que respondan y sustenten a la orientación estratégica de la corporación y que creen una ventaja competitiva, brindando a quienes confían en nosotros, todos los elementos necesarios para lograr los máximos beneficios en la administración de los Recursos Humanos.

2.5.3 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos de la consultora de Recursos Humanos son:

- ⊕ Obtener sostenibilidad en el mediano plazo y una rentabilidad creciente en el largo plazo.
- ⊕ Contar con un lugar adecuado y un buen ambiente de trabajo, con el fin de crear una imagen sólida y confiable de la consultora.
- ⊕ Contar con un talento humano calificado, profesional, visionario, motivado y comprometido con los valores corporativos de la consultora.
- ⊕ Mejorar la satisfacción de los clientes y candidatos/as.
- ⊕ Establecer alianzas con entidades y mantener estrecho contacto con clientes con el propósito de impulsar el desarrollo profesional de las personas.
- ⊕ Comunicar a clientes y candidatos la excelencia de nuestros servicios de reclutamiento y técnicas de evaluación, los compromisos de calidad asumidos y los beneficios de una relación con Human Talent RRHH.

- ⊕ Desarrollar continuamente el proceso de selección, el proceso de presentación de candidaturas y las técnicas de evaluación a aplicar.
- ⊕ Poner a disposición de los clientes toda la información que ellos necesiten en el ámbito de Internet, páginas de interés, programas, etc.
- ⊕ Mantener informada a la clientela de promociones, descuentos y beneficios que se ofrecerán.
- ⊕ Cuidar por la satisfacción laboral de nuestros colaboradores.

2.5.4 Principios y Valores

Valores:

Responsabilidad

Actuar con responsabilidad y honestidad logrando que el entorno resulte beneficiado con prosperidad y desarrollo.

Lealtad

Crear una ideología de compromiso y fidelidad de los empleados hacia la empresa, contribuyendo al desarrollo de los objetivos propuestos por misma.

Respeto

Crear en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas.

Confianza

Depositar la confianza en los clientes y en los miembros de la organización.

Compromiso

Cumplir con las obligaciones y con todo aquello en lo que se acordado con los clientes y con la misma organización.

Principios:

Trabajo en equipo

Los integrantes de la empresa están comprometidos a cada actividad que se le fue asignada, teniendo el apoyo, fomentando las mejores relaciones interpersonales y el trabajo en equipo.

Competitividad

Hacer las cosas con eficiencia para dar un servicio que genere competitividad en el personal de las empresas.

Esfuerzo

Dar el 100% en todo lo que se haga y centrarse en superar las expectativas de nuestros clientes.

Mejoramiento continuo

Todo el personal tiene como filosofía el mejoramiento continuo, buscando nuevas metodologías y técnicas de enseñanza para mejorar y dar un mejor servicio en base a los resultados que generen en los futuros clientes.

2.5.5 Estrategia Empresarial

“Estrategia es la compleja red de pensamientos, ideas, experiencias, objetivos, experticia, memorias, percepciones y expectativas que proveen una guía general para tomar acciones específicas en la búsqueda de fines particulares”¹³

Para que una organización sea exitosa, sus gerentes y líderes deben dirigir a su gente para que hagan las cosas correctas y esto significa basarse en una estrategia empresarial o llamada también corporativa. La estrategia corporativa es de gran importancia para cualquier empresa, ya sea esta pequeña o grande.

La estrategia es plan que integra las principales metas y políticas de una organización y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia ayuda a poner orden y asignar los recursos con el fin de

¹³ http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial

lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes

2.5.5.4 Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva significa ser diferente. Quiere decir escoger deliberadamente un conjunto distinto de actividades para brindar una mezcla única de valor.

La estrategia competitiva para el presente proyecto es:

- ✓ Se realizarán encuestas a los clientes para estar al tanto de sus inquietudes y experiencias, manteniendo la calidad del servicio. Y de esta forma, si es necesario, cambiar al personal que no cumpla con las expectativas del cliente.

2.5.5.5 Estrategia de Crecimiento

Las estrategias de crecimiento permiten a la empresa expandir su negocio y para eso se utilizan estrategias. La estrategia para el presente proyecto es:

- ✓ Cuando la empresa se encuentre posicionada en el mercado objetivo, como estrategia de crecimiento procederá a buscar alianza con instituciones llegando a acuerdos que le permitan minimizar los costos y maximizar las utilidades.

2.5.5.6 Estrategia de Competencia

Dentro de las Estrategias de Competencia se puede mencionar la siguiente:

- ✓ Sacar nuevos servicios diferentes a los de la competencia o que den un valor agregado para que los clientes den preferencia a nuestro portafolio de servicios y no a la competencia.

2.5.5.7 Estrategia Operativa

La estrategia Operativa es:

- ✓ Cada año se realizará auditoria de cada unos de los procesos de la empresa para poder detectar anomalías y hacer cambios en donde sea necesario, a través de mejorar los sistemas de información con los que se trabaja y de ésta forma administrar de mejor manera y servir mejor a nuestro cliente.

2.6 Estrategias de Mercadotecnia

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro Fundamentos de Marketing, la estrategia de mercadotecnia es "la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en

estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia" ¹⁴

2.6.1 Estrategia de Precio

El servicio de motivación establece estrategias de precio como:

- ✓ Realizar descuentos especiales a grupos mayores de 50 personas.
- ✓ Con la finalidad de atraer nuevos clientes la empresa realizará ofertas como descuentos directos, cupones de descuento en los diarios de la Ciudad de Latacunga.
- ✓ Reducción del precio para los compradores que paguen el producto dentro en una cierta fecha.

2.6.2 Estrategia de Promoción

El presente proyecto considera las siguientes estrategias de promoción:

- ✓ Entregar artículos promocionales como llaveros, esferos, reglas, carpetas para ayudar al posicionamiento del presente proyecto, en ferias, eventos relacionados con el ámbito empresarial.

¹⁴ KOTLER PHILIP Y ARMSTRONG GARY: Fundamentos de marketing, Prentice Hall, sexta edición

- ✓ Elaborar trípticos, catálogos, donde se informe los servicios que brindará el presente proyecto. Además realizar propaganda del Servicio a través de medios publicitarios como revistas, diarios, panfletos, gigantografías entre otros.
- ✓ Publicitar el servicio por medio del Internet con una página web diseñada por la propia empresa.
- ✓ Realizar ofertas y promociones a Establecimientos Educativos

2.6.3 Estrategia de Servicio

Esta estrategia se basa en el servicio que va brindar:

- ✓ Realizar convenios con las empresas cuando realicen selección de personal, cursos de ventas, capacitaciones, o algún otro evento y así se pueda aprovechar el momento para poder impartir los procesos de asesoría.
- ✓ Escuchar al cliente de forma atenta y cordial esto le hará sentirse valorado e importante.
- ✓ Es importante que el clima interno fluya de manera satisfactoria para toda la empresa, puesto que la calidad interna impulsa la satisfacción tanto para los empleados como para los clientes.
- ✓ Enfatizar en el servicio de calidad que prestará la empresa, a la amabilidad con el que se dará.

2.6.4 Estrategia de Plaza

La empresa utilizará como estrategia de plaza:

- ✓ Dirigir sus operaciones en el Sector centro de Latacunga, ya que en este se concentra la mayoría de las empresas a las que nos enfocaremos.
- ✓ La consultora ofrecerá el servicio vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio (con previa anticipación).
- ✓ Conforme la consultora va creciendo, lograr mayor cobertura de nuestros servicios, aumentando nuestros puntos de servicio.

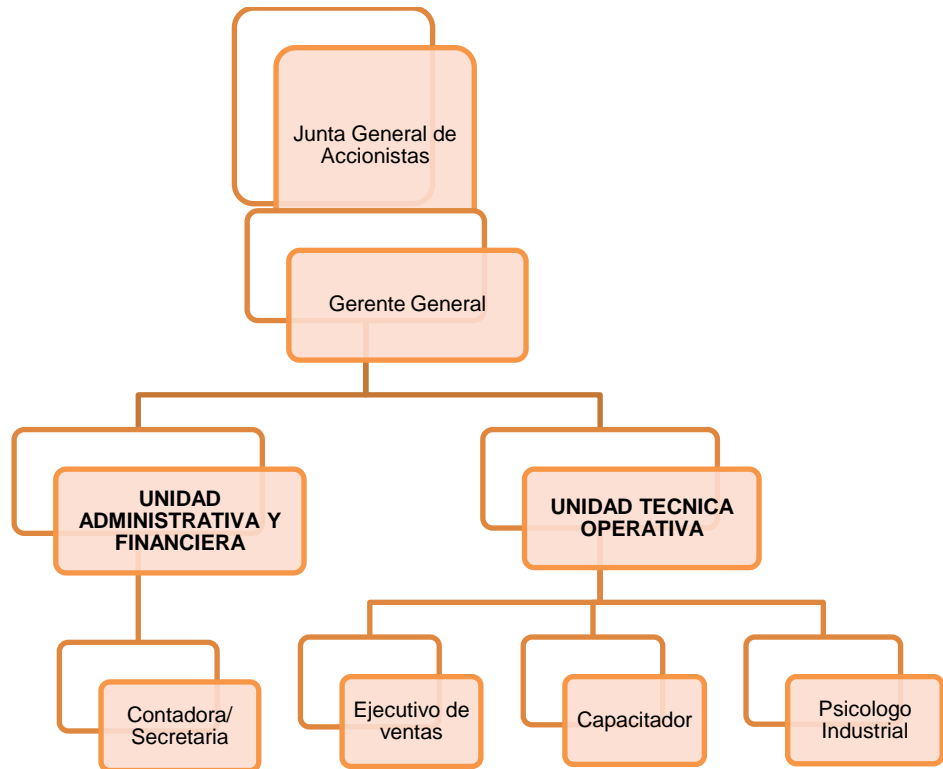
2.7 La Organización

2.7.1 Estructura Orgánica

La finalidad de una estructura organizacional es establecer la organización de jerarquías de los miembros de una entidad, para trabajar en equipo, de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

La estructura orgánica para el presente proyecto permitirá ubicar y establecer las unidades administrativas en relación a la filosofía organizacional.

Grafico 15 ORGANIGRAMA



Funciones de la Gestión Administrativa y de Servicio

Gerente Administrador – Financiero

- ✓ Tomar decisiones sobre la Gestión Administrativa y Financiera del Centro de Motivación y Desarrollo.
- ✓ Planificar y desarrollar el portafolio de servicios que se brindará a los clientes.
- ✓ Reclutar, Seleccionar, Contratar y dar seguimiento al talento humano que

laborará en la empresa.

- ✓ Desarrollar la Gestión contable y presupuestaria de las diferentes áreas de trabajo.
- ✓ Reprogramar los cursos de motivación de acuerdo a las necesidades del mercado.
- ✓ Velar por el bienestar del personal de la empresa.
- ✓ Controlar los contratos que se realicen con los clientes.

Contadora/secretaria

- ✓ Ser apoyo a la gestión administrativa y financiera dirigida por el gerente administrativo financiero.
- ✓ Manejar la agenda del gerente administrativo financiero.
- ✓ Dar gestión al proceso de logística de la empresa, con sus respectivas tareas para el cumplimiento de los requerimientos dentro de esta área.
- ✓ Manejar la caja chica y adquisición de requerimientos tanto en lo administrativo como en el servicio.

Ejecutivo de ventas

- ✓ Ser apoyo en marketing y ventas.
- ✓ Programar visitas con los futuros clientes.
- ✓ Realizar cotizaciones y hacer cierre de contratos puntuales.
- ✓ Realizar llamadas a los clientes y retroalimentar la base de datos.
- ✓ Realizar informes de propuestas realizadas, posibles ventas y ventas

perdidas.

Psicólogo Industrial

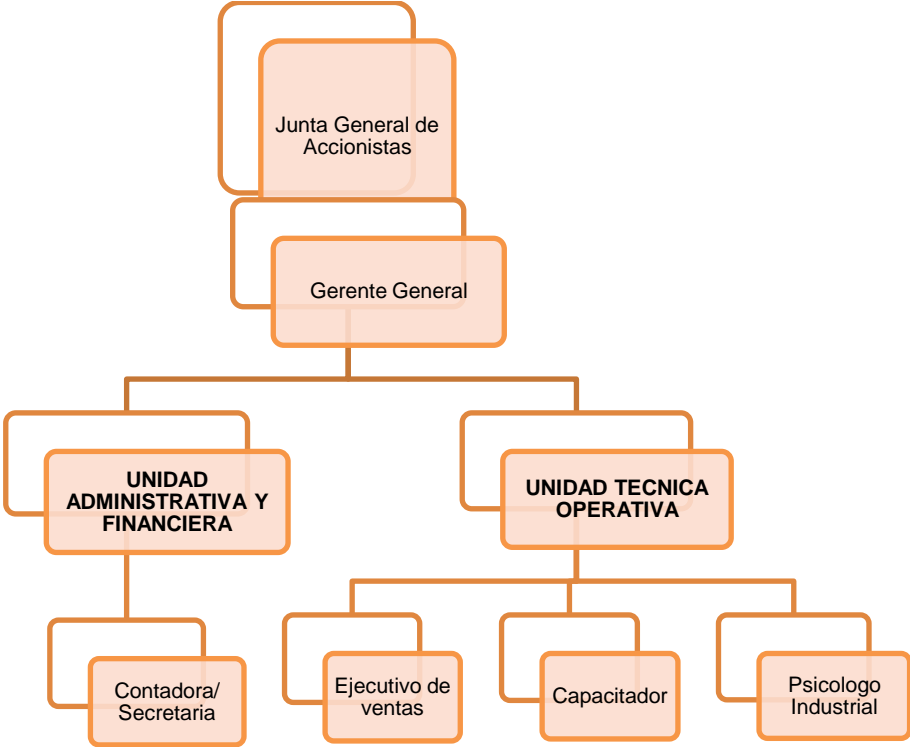
- ✓ Diseño de estructuras organizativas.
- ✓ Gestión de Procesos.
- ✓ Valoración de Puestos de Trabajo.
- ✓ Mejora de la Satisfacción Laboral.
- ✓ Formación.
- ✓ Implantación del trabajo en Equipo.
- ✓ Gestión por Competencias.
- ✓ Selección de Personal.
- ✓ Supervisar los cursos realizados para efectuar los resultados.
- ✓ Realizar informes sobre los procesos de selección y capacitación.
- ✓ Plantear un plan de mejoramiento con respecto al servicio y en base a los resultados.
- ✓ Hacer un seguimiento con el personal que ha recibido la asesoría.

Capacitador

- ✓ Planificar los temas de cada curso que se realizará.
- ✓ Dar la charla al personal de las empresas contratantes.
- ✓ Dar un diagnóstico de los resultados obtenidos en la charla impartida.
- ✓ Hacer requerimientos necesarios para cada curso y poder gestionar en logística.

2.8 Organigrama Estructural y Análisis

GRÁFICO N° 16 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



El Servicio de asesoría de recursos humanos contará con el personal idóneo y necesario para el desarrollo de las actividades de cada proceso. Contará con un Gerente General que tendrá el apoyo de dos áreas departamentales en las cuales existirá una asistente administrativa, y una contadora en la unidad administrativa y financiera, mientras que en la unidad técnica operativa estarán a cargo el Psicólogo Industrial, y a los capacitadores. El Gerente General tendrá a su cargo al Impulsador temporal que será un apoyo para las respectivas tareas de los procesos.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio financiero para la creación de la empresa de Servicio de asesoría en el área de recursos humanos de en la ciudad de Latacunga presenta una inversión inicial necesaria para la puesta en marcha del proyecto así como la elaboración de la estructura financiera, las proyecciones de los ingresos, gastos, costos, estados de resultados, balance general y el análisis de los indicadores financieros necesarios para un buen desarrollo del proyecto.

2.9 Presupuestos

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada área funcional de la organización.

- **Funciones de los presupuestos**
- ✓ La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.

- ✓ El control presupuestario, es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.

- ✓ Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

2.9.1 Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión para el presente proyecto se detalla a continuación:

Cuadro N 38 Presupuesto de Inversiones

EQUIPOS TIC				
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	%
computadoras desktop	3	\$ 425,00	\$ 1.275,00	
portátiles	2	\$ 649,00	\$ 1.298,00	
retro proyector	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	
micrófono	2	\$ 25,00	\$ 50,00	
grabadora	2	\$ 115,00	\$ 230,00	
impresora	2	\$ 180,00	\$ 360,00	
teléfono	4	\$ 30,00	\$ 120,00	
fax	1	\$ 130,00	\$ 130,00	
amplificador	1	\$ 260,00	\$ 260,00	
TOTAL EQUIPOS TIC			\$ 4.923,00	62,36
EQUIPOS DE OFICINA				

EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	%
pizarra liquida	2	\$ 39,00	\$ 78,00	
pantalla para retro proyector	1	\$ 105,00	\$ 105,00	
modulares	10	\$ 68,20	\$ 682,00	
escritorios	4	\$ 160,00	\$ 640,00	
sillas para oficina	4	\$ 30,00	\$ 120,00	
silla gerencial	1	\$ 88,40	\$ 88,40	
sillas para visitas	15	\$ 20,55	\$ 308,25	
basureros	6	\$ 7,50	\$ 45,00	
mesa para reunión	1	\$ 125,00	\$ 125,00	
archivador	6	\$ 130,00	\$ 780,00	
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 2.971,65	37,64
		TOTAL EQUIPOS TIC Y OFICINA	\$ 7.894,65	100%

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el cuadro N 38 se detalla las inversiones iniciales que el presente proyecto requiere para la puesta en marcha de su empresa, siendo esta inversión de \$7.894,65. El rubro que mayor porcentaje tiene el presupuesto de inversiones, es de Equipos TIC, que representa el 62.36%.

2.9.1.4 Activos Fijos

“Los activos fijos constituyen aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas.”¹⁵

¹⁵ ZAPATA Sánchez Pedro: Contabilidad General, Segunda Edición, Capítulo 1

“Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación.”¹⁶

Los activos fijos para el presente proyecto, que corresponde a los equipos TIC y de oficina, se detallan a continuación:

Cuadro N° 39 Activos Fijos

EQUIPOS TIC			
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
computadoras desktop	6	\$ 425,00	\$ 2.550,00
portátiles	2	\$ 649,00	\$ 1.298,00
retro proyector	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
micrófono	2	\$ 25,00	\$ 50,00
grabadora	2	\$ 115,00	\$ 230,00
impresora	2	\$ 180,00	\$ 360,00
teléfono	6	\$ 30,00	\$ 180,00
fax	1	\$ 130,00	\$ 130,00
amplificador	1	\$ 260,00	\$ 260,00
TOTAL EQUIPOS TIC			\$ 6.258,00

¹⁶ MENESES Alvarez, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición

EQUIPOS DE OFICINA			
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
pizarra liquida	2	\$ 39,00	\$ 78,00
pantalla para retro proyector	1	\$ 105,00	\$ 105,00
modulares	18	\$ 68,20	\$ 1.227,60
escritorios	6	\$ 160,00	\$ 960,00
sillas para oficina	5	\$ 30,00	\$ 150,00
silla gerencial	1	\$ 88,40	\$ 88,40
sillas para visitas	18	\$ 20,55	\$ 369,90
basureros	10	\$ 7,50	\$ 75,00
mesa para reunión	1	\$ 125,00	\$ 125,00
archivador	6	\$ 130,00	\$ 780,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 3.958,90
TOTAL EQUIPOS TIC Y OFICINA			\$ 10.216,90

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. Mediante la depreciación se va creando una especie de

provisión o de reserva que al final permite ser reemplazado sin afectar la liquidez y el capital de trabajo de la empresa.”¹⁷

Tipos de depreciación:

- ✓ **Depreciación en Línea Recta (LR).**- Este método consiste en recuperar el valor del activo en una cantidad que es igual a lo largo de cada uno de los años de vida fiscal, de forma que si se grafica el tiempo contra el valor en libros, esto aparece como línea recta.
- ✓ **Depreciación acelerada.**- La depreciación acelerada consiste en recuperar la inversión original de los activos fijo y diferido, vía fiscal, mediante un porcentaje mayor en los primeros años a partir de la adquisición.
- ✓ **Método de depreciación de suma de dígitos de los años (SDA).**- Bajo este método el cargo anual por depreciación se obtiene multiplicando el valor neto de depreciar por una fracción que resulta dividir el número de años de vida útil restante entre la suma de los dígitos de los años 1 a n de la vida útil del activo.

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se basa en la depreciación de línea recta, dividiendo el valor total del activo para el número de años de vida útil.

¹⁷ <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Cuadro N° 40 Depreciaciones

MAQUINARIA Y EQUIPO	vida útil	uno	dos	tres	cuatro	cinco	seis	siete	ocho	nueve	diez
Equipos TIC	3	\$ 1.641,00	\$ 1.641,00	\$ 1.641,00							
SUMA		\$ 1.641,00	\$ 1.641,00	\$ 1.641,00							
MUEBLES Y OTRAS INVERSIONES											
Mobiliario	10	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17
SUMA		\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17
TOTAL		\$ 1.938,17	\$ 1.938,17	\$ 1.938,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17	\$ 297,17

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

Como muestra en el Cuadro N 40 la depreciación anual para Equipos TIC es de \$1.641,00. Y para Mobiliario es de \$297.17, Este valor es constante ya que se calculó a través del método de línea de recta.

2.9.1.5 Activos Intangibles

Las inversiones en activos intangibles son las que se realizan sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos por la compañía que son necesarios para la puesta en marcha del presente proyecto.

Entre estos se encuentran los gastos de constitución, gasto de puesta en marcha del proyecto y gasto de remodelación.

Cuadro Nº 41 Activos Intangibles

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Gastos Instalación	1	500,00
Adecuación cableado	1	1.068,00
Instalación modulares	1	892,00
TOTAL		2.460,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles y es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

Los gastos pre-operacionales disminuyen gradualmente, y es necesario recuperarlos; esto se dará durante un período de 5 años.

La amortización anual de dichos activos se calcula a continuación:

Cuadro N° 42 Amortización de Activos Diferidos e Intangibles

SERVICIO DE SELECCIÓN Y CAPACITACION DE PERSONAL					
CONCEPTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
gasto de remodelación	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
gastos del estudio del proyecto	\$ 213,60	\$ 213,60	\$ 213,60	\$ 213,60	\$ 213,60
gasto de constitución	\$ 250,40	\$ 250,40	\$ 250,40	\$ 250,40	\$ 250,40
TOTAL	\$ 564,00	\$ 564,00	\$ 564,00	\$ 564,00	\$ 564,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

Como muestra la Cuadro N° 42 la amortización de los activos diferidos e intangibles suman el valor de \$564,40 durante 5 años.

2.9.1.6 Capital de Trabajo

“Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre los que se puede mencionar: efectivo, insumos, etc.”¹⁸

¹⁸ BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw – Hill.

En el proyecto es importante disponer de recursos para cubrir costos operacionales que permitan el adecuado desarrollo de las actividades de la empresa. El Capital de Trabajo se lo ha calculado a través de un período de desfase que consiste en determinar los costos de operación que debe financiarse desde el momento en que se realiza el primer pago por la adquisición de los insumos hasta el momento en que se obtiene ingresos por las ventas de los servicios.

Para el caso del presente proyecto se calculó el capital de trabajo a través del método de desfase, en el cual se utilizó 30 días como ciclo de recuperación de la cartera de ventas.

En la siguiente tabla se presenta el Capital de Trabajo necesario para el giro normal de la empresa:

Cuadro N° 43 Capital de Trabajo

METODO POR CICLO DE CAJA		
CICLO DE CAJA	30 DIAS	
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	KT INICIAL AÑO
		CERO
mano de obra directa	\$ 24.217,19	\$ 1.990,45
M.O.D		

materiales directos	\$ 2.168,97	\$ 178,27
M.P.		
suministros y servicios	\$ 13.614,77	\$ 1.119,02
SUMA	\$ 40.000,93	\$ 3.287,75
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 3.287,75

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

Como se puede visualizar en el Cuadro N 43, para el cálculo del capital de trabajo, se toma en cuenta los rubros anuales de Mano de obra directa, materiales directos, suministros y servicios, se divide para 365 días y se multiplica para los 30 días del ciclo de caja. El capital de trabajo necesario para la ejecución del presente proyecto es de \$3.287,75 dólares, los cuales serán financiados por el accionista principal.

2.9.2 Cronograma de Inversiones y reinversiones

En el Cuadro N° 44 se puede observar el cuadro de las inversiones y reinversiones del proyecto:

Cuadro N° 44 Cronograma de Inversiones y Reinversiones

CRONOGRAMA DE INVERSION						
EQUIPOS TIC	VIDA UTIL	AÑOS				
		0	1	2	3	4 5
computadoras desktop	3	\$ 1.275,00			\$ 1.275,00	
portátiles	2	\$ 1.298,00			\$ 1.298,00	
retro proyector	2	\$ 1.200,00			\$ 1.200,00	
micrófono	2	\$ 50,00			\$ 50,00	
grabadora	2	\$ 230,00			\$ 230,00	
impresora	2	\$ 360,00			\$ 360,00	
teléfono	4	\$ 120,00			\$ 120,00	
fax	1	\$ 130,00			\$ 130,00	
amplificador	1	\$ 260,00			\$ 260,00	
TOTAL EQUIPOS TIC		\$ 4.923,00			\$ 4.923,00	
EQUIPOS DE OFICINA						
pizarra liquida	10	\$ 78,00				
pantalla para retro proyector	10	\$ 105,00				
modulares	10	\$ 682,00				
escritorios	10	\$ 640,00				
sillas para oficina	10	\$ 120,00				
silla gerencial	10	\$ 88,40				
sillas para visitas	10	\$ 308,25				
basureros	10	\$ 45,00				
mesa para reunión	10	\$ 125,00				
archivador	10	\$ 780,00				
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$ 2.971,65				
DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES						
gastos remodelación		\$ 500,00				
gasto del estudio del proyecto		\$ 1.068,00				

gastos de constitución	\$ 1.252,00	
TOTAL DIRECIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES	\$ 2.820,00	
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	\$ 3.287,75	
TOTAL INVERSION	\$ 14.002,40	\$ 4.923,00

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el Cuadro N° 44 muestra que en el 3er año se realiza una reinversión en cuanto a sus Equipos TIC, y para el año 10 se realiza la reinversión en el mobiliario. Esto se lo proyecta de acuerdo a la vida útil de cada uno de estos activos.

2.9.3 Presupuesto de Operación

“Este presupuesto se forma a partir de los ingresos y egresos de operación y tiene como objeto estimar las entradas y salidas monetarias de la empresa, durante uno o varios períodos de acuerdo a la vida útil del proyecto.”¹⁹

2.9.4 Presupuesto de Ingreso

Los ingresos del proyecto constituyen las entradas de dinero que genera la empresa de capacitación de Personal Empresarial en el desarrollo de su actividad económica; éstas entradas de dinero surgen de la venta del servicio de cursos que brindará la empresa.

¹⁹ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México.

Para determinar los ingresos del proyecto se necesita conocer el precio de venta del curso por persona, tomando en cuenta los antecedentes de los precios en el estudio de mercado y el precio de la competencia, que cubra los costos y se incluya un porcentaje adicional de ganancia.

Cuadro N° 45 Producción e Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
SERVICIO	1	2	3	4	5
N° DE PERSONAS	426	476	526	576	626
PRECIO	\$ 147	\$ 147	\$ 147	\$ 147	\$ 147
TOTAL	\$ 62.581,93	\$ 69.927,23	\$ 77.272,52	\$ 84.617,82	\$ 91.963,12

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el cuadro N° 45 se determina los ingresos esperados para el presente proyecto, los cuales están calculados de acuerdo a la proyección realizada entre el número programas de selección y capacitación.

2.9.4.4 Presupuesto de Egresos

Los egresos iniciales constituyen el total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, se considerará también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.

Tabla N°46 Consolidado de Egresos

PRESUPUESTOS DE EGRESOS					
CONCEPTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19
MATERIALES DIRECTOS	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97
PUBLICIDAD	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
DEPRECIACIONES	\$ 1.938,17	\$ 1.938,17	\$ 1.938,17	\$ 297,17	\$ 297,17
SERVICIOS BASICOS	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00
AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO	\$ 564,00	\$ 564,00	\$ 564,00	\$ 564,00	\$ 564,00
SEGUROS	\$ 394,73	\$ 394,73	\$ 394,73	\$ 394,73	\$ 394,73
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 37.627,06	\$ 37.627,06	\$ 37.627,06	\$ 35.986,06	\$ 35.986,06
GASTOS DE VENTAS					
Gastos de publicidad	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES PAGADOS	\$ 616,11	\$ 492,88	\$ 369,66	\$ 246,44	\$ 123,22
SERVICIO DE LA DEUDA	\$ 1.854,86	\$ 1.854,86	\$ 1.854,86	\$ 1.854,86	\$ 1.854,86
INSUMOS	\$ 2.107,32	\$ 2.107,32	\$ 2.107,32	\$ 2.107,32	\$ 2.107,32
TOTAL EGRESOS	\$ 43.045,35	\$ 42.922,12	\$ 42.798,90	\$ 41.034,68	\$ 40.911,46

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el cuadro N° 46 muestra un consolidado de todos los egresos del proyecto. El valor más significativo es el de mano de obra directa, que vienen a ser los capacitadores del curso, ya que son un elemento importante e indispensable para

la actividad de la empresa. Para el primer año los egresos tiene un valor de \$43.045,35.

2.9.4.5 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Una vez determinados los montos de inversión del proyecto hay que analizar la fuente de recursos que cubrirán el valor total de las inversiones.

Este Estado se utiliza para pronosticar posibles situaciones de riesgo que tenga la empresa, pero su objetivo principal está centrado en la utilidad que tiene para evaluar la procedencia y utilización de fondos en el largo plazo, este conocimiento permite que el administrador financiero planeé mejor los requerimientos de fondos futuros a mediano y largo plazo.

Para desarrollar este proyecto se necesita tanto del financiamiento interno como del externo. El financiamiento interno se compone de las aportaciones de capital efectuadas por los socios y el financiamiento externo es el otorgado por el sistema financiero.

Fuentes Internas.- Este tipo de recursos se caracteriza por su estabilidad, es decir que no tienen fecha específica para su devolución y no genera intereses. Los recursos de las fuentes internas deben cubrir todas aquellas inversiones que luego pueden constituirse en objetos de garantía para acceder a créditos externos.

Fuentes Externas.- Las fuentes externas la constituyen las organizaciones ajenas a la empresa, especialmente las instituciones financieras. En el presente proyecto se realizará un préstamo con la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro N°47 Origen y Aplicación de Fondos

FUENTE Y USO DE FONDOS DOLARES		FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	CFN
MAQUINARIA Y EQUIPO	VALOR TOTAL	60%	40%
equipos TIC	\$ 4.923,00	\$ 2.953,80	\$ 1.969,20
SUMA	\$ 4.923,00	\$ 2.953,80	\$ 1.969,20
MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES	VALOR TOTAL	60%	40%
Mobiliario	\$ 2.971,65	\$ 1.782,99	\$ 1.188,66
SUMA	\$ 2.971,65	\$ 1.782,99	\$ 1.188,66
DIFERIDOS Y OTROS AMORTIZABLES	VALOR TOTAL	60%	40%
gastos remodelación	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 200,00
gasto del estudio del proyecto	\$ 1.068,00	\$ 640,80	\$ 427,20
gastos de constitución	\$ 1.252,00	\$ 751,20	\$ 500,80
SUMA	\$ 2.820,00	\$ 1.692,00	\$ 1.128,00
CAPITAL DE TRABAJO	VALOR TOTAL	60%	40%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.287,75	\$ 1.972,65	\$ 1.315,10
SUMA	\$ 3.287,75	\$ 1.972,65	\$ 1.315,10
INVERSION TOTAL INICIAL	\$ 14.002,40	\$ 8.401,44	\$ 5.600,96

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el Cuadro N° 47 correspondiente al origen y aplicación de fondos, detalla las inversiones del proyecto. La inversión total inicial es \$14.002,40, donde el 60% será financiado con recursos propios y el 40% será financiado con préstamo de la Corporación Financiera Nacional (CFN).

2.9.4.6 Estructura de Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto de inversión, se optará por el préstamo que otorga la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés a largo plazo de 11.00 % anual.

Cuadro N° 48 Estructura de Financiamiento

FONDOS PROPIOS	60%	\$ 8.401,44
PRÉSTAMO CFN	40%	\$ 5.600,96
TOTAL	100%	\$ 14.002,40

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La inversión total para el presente proyecto es de 14.002,40. El 60% equivale a \$8.401,44 que corresponde a fondos propios y el 40% equivale a \$5.600.96 que corresponde al financiamiento con fuentes externas, siendo este el préstamo de la CFN a un interés del 11%.

Cuadro N° 49 Servicio de la Deuda

CAPITAL	\$5.600,96
INTERES	11,00%
PLAZO	5 años

No.	PERIODOS	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
	0				\$5.600,96
	1	\$1.736,30	\$616,11	\$1.120,19	\$4.480,77
	2	\$1.613,08	\$492,88	\$1.120,19	\$3.360,58
	3	\$1.489,86	\$369,66	\$1.120,19	\$2.240,38
	4	\$1.366,63	\$246,44	\$1.120,19	\$1.120,19
	5	\$1.243,41	\$123,22	\$1.120,19	\$0,00
	SUMAS	\$7.449,28	\$1.848,32	\$5.600,96	

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

El cuadro N° 49 detalla los parámetros establecidos para el préstamo, siendo el valor de \$5.600,96. Los pagos se realizan con cuotas fijas de \$1.120,19 por 5 años que dura el préstamo con una tasa de interés del 11%. Se puede observar que en la forma de pago, el servicio de la deuda va aumentando el capital anualmente mientras que inversamente proporcional el Interés va disminuyendo.

2.9.5 Punto de Equilibrio

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de

producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los fijos y los variables.”²⁰

En base al costo del servicio, gastos administrativos, de ventas y financieros, se clasifican los costos como fijos y variables, con la finalidad de determinar cuál es el volumen de ventas donde los costos totales se igualan a los ingresos.

“Se entiende como costo fijo aquellos egresos constantes en su valor, sin importar el volumen de producción; y se considera como costos variables a aquellos egresos que aumentan o disminuyen, según el volumen de producción.”²¹

A continuación se detalla los costos fijos y variables, que se aplicarán en la fórmula de punto de equilibrio:

Cuadro N° 50 Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS Y VARIABLES					
CONCEPTO/AÑO	DOLARES				
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS					
servicios básicos	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00	\$ 7.644,00

²⁰ BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw – Hill.

²¹ NARANJO, Salguero Marcelo: Contabilidad de Costos por órdenes de Producción, Primera Edición, Quito

seguro de activos fijos	\$ 394,73	\$ 394,73	\$ 394,73	\$ 394,73	\$ 394,73
materiales de oficina	\$ 122,50	\$ 122,50	\$ 122,50	\$ 122,50	\$ 122,50
recursos humanos: MOI, ADM ,VENTAS	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19
servicio de la deuda	\$ 1.120,19	\$ 1.120,19	\$ 1.120,19	\$ 1.120,19	\$ 1.120,19
costos financieros (intereses)	\$ 616,11	\$ 492,88	\$ 369,66	\$ 246,44	\$ 123,22
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 34.114,72	\$ 33.991,50	\$ 33.868,28	\$ 33.745,06	\$ 33.621,84
COSTOS VARIABLES					
materiales directos	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97	\$ 2.168,97
insumos de oficina	\$ 1.106,40	\$ 1.106,40	\$ 1.106,40	\$ 1.106,40	\$ 1.106,40
mano de obra directa MOD	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19	\$ 24.217,19
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 27.492,56	\$ 27.492,56	\$ 27.492,56	\$ 27.492,56	\$ 27.492,56

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el cuadro N° 50 se determina el valor de los costos fijos y variables del presente proyecto. Los costos variables son mayores a los fijos, ya que dependen de la cantidad de producción, en este caso del número de alumnos que se va ir incrementando año tras año.

Para calcular el punto de equilibrio, se puede obtener de las siguientes fórmulas:

- **Punto de Equilibrio del Volumen de Producción**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{CVU}}$$

- **Punto de Equilibrio del Volumen de Ventas**

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Cuadro Nº 50.1 Punto de Equilibrio

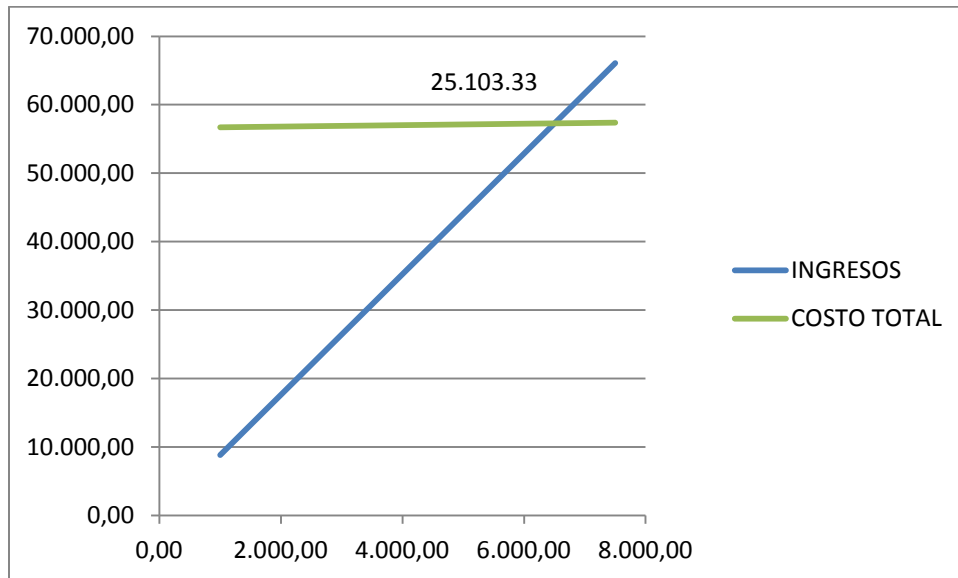
PUNTO DE EQUILIBRIO NIVELACIÓN	
Detalle	AÑO 1
Costo Fijo Total	\$ 24.659,04
Precio	\$ 146,91
Costo Variable Unitario	\$ 2,60
Costo Variable Total	\$ 27.492,56
Punto de Equilibrio Q	\$ 171
Punto de Equilibrio \$	\$ 25.103,33

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

El PE calculado implica que la consultora operando al 12% de la capacidad instalada no generará pérdidas ni ganancias, lo que indica que no existe riesgo de fracaso y que generará utilidades, por lo que se deben crear estrategias de precio para mantener lo que se tiene calculado.

Gráfico N° 17 Variación Punto Equilibrio Económico Anual



FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

2.10 Estados Financieros Proyectados

“Los estados financieros proyectados tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto y se los elabora en base a los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución del proyecto hasta su operación. Las proyecciones de los estados financieros se calculan para cierto número de años, este número dependerá de la clase de empresa y de la posibilidad de estimar dichas proyecciones lo más apegado a la realidad.”²²

²² “Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Nacional Financiera, México

2.10.1 Del proyecto

2.10.1.4 Estado de Resultados

“El estado de resultados presenta el resultado de las operaciones proveniente del uso de los recursos en un período determinado. El estado de resultados proyectado se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos, que permitirán definir la utilidad y sobre sus resultados se puede calcular el Flujo Neto de Caja, que servirá para aplicar los diversos criterios de evaluación de proyectos, que a su vez explicarán la viabilidad o no del proyecto.”²³

El estado de resultados sin crédito se presenta a continuación:

²³ MENESES Alvarez, Edilberto “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición

Cuadro N° 51 Estado de Resultados del Proyecto

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	\$62.581,93	\$69.927,23	\$77.272,52	\$84.617,82	\$91.963,12
TOTAL INGRESOS	\$62.581,93	\$69.927,23	\$77.272,52	\$84.617,82	\$91.963,12
(-) COSTOS DE VENTAS	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
Insumos	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	\$60.474,61	\$67.819,91	\$75.165,20	\$82.510,50	\$89.855,80
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$34.491,53	\$34.491,53	\$34.491,53	\$32.850,53	\$32.850,53
Sueldos y Beneficios	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19
Amortización Act. Diferido	\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00
Servicios Básicos	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00
Seguros	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79
Depreciaciones	\$1.938,17	\$1.938,17	\$1.938,17	\$297,17	\$297,17
Mantenimiento	\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18
TOTAL GTOS	\$34.491,53	\$34.491,53	\$34.491,53	\$32.850,53	\$32.850,53
ADMINISTRATIVOS					
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Gastos de publicidad y propaganda	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
TOTAL GASTOS. VENTAS	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$25.143,07	\$32.488,37	\$39.833,67	\$48.819,97	\$56.165,26
= UTIL. ANTES PARTICIPACIÓN	\$25.143,07	\$32.488,37	\$39.833,67	\$48.819,97	\$56.165,26
15% Útil Trabajadores	\$3.771,46	\$4.873,26	\$5.975,05	\$7.322,99	\$8.424,79
= UTIL ANTES DE IMPTOS	\$21.371,61	\$27.615,12	\$33.858,62	\$41.496,97	\$47.740,47
25% Impto a la Renta	\$5.342,90	\$6.903,78	\$8.464,65	\$10.374,24	\$11.935,12
=UTILIDAD NETA	\$16.028,71	\$20.711,34	\$25.393,96	\$31.122,73	\$35.805,35

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el Cuadro N° 51 detalla cómo se obtiene la utilidad neta proyectada a 5 años sin crédito, y como resultado, desde el primer año se obtiene utilidad y en los

siguientes años los gastos se estabilizan y los ingresos aumentan, esto hace que se pueda obtener una utilidad de \$20.711,34. Para el tercer año se obtiene utilidad pero disminuye a causa de la reinversión que se realiza en los Equipos TIC. Posteriormente se obtiene utilidad hasta el año 5.

2.10.1.5 Flujo Neto de Fondos

“El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene”.²⁴

La información que se detalla en este flujo se obtiene de los estudios de mercado y técnicos, así como del presupuesto de inversiones.

El flujo de efectivo del proyecto, se estructura a partir de que los recursos de la inversión provendrán en el 100% de la misma fuente, es decir del capital social inicial, por lo tanto no se tendrá la cuenta de pasivos en calidad de fuentes de fondos, cuyo costo suele estar predefinido mediante alguna tasa de interés pactada.

²⁴ MENESES Alvarez, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición.

Cuadro N° 52 FLUJO DE SIN FINANCIAMIENTO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES		62.581,93	69.927,23	77.272,52	84.617,82	91.963
TOTAL		\$62.581,93	\$69.927,23	\$77.272,52	\$84.617,82	\$91.963,12
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Insumos		\$2.107,32	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Amortización		\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00
Sueldos y beneficios		\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19
Servicios Básicos		\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00
Mantenimiento		\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18
depreciación		\$1.938,17	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Seguros		\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79
Gastos de publicidad		\$840,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTALES	\$0,00	\$42.175,64	\$37.290,16	\$37.290,16	\$37.290,16	\$37.290,16
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$20.406,28	\$32.637,07	\$39.982,36	\$47.327,66	\$54.672,96
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Recuperación CT						\$3.287,75
TOTALES	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$3.287,75
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
nuevas inversiones		\$0,00	\$0,00	\$4.923,00	\$0,00	\$0,00
15% de Utilidades		\$3.771,46	\$4.873,26	\$5.975,05	\$5.975,05	\$8.424,79
25% Imppto Renta		\$5.342,90	\$6.903,78	\$8.464,65	\$10.374,24	\$11.935,12
Inversión en Activos	\$7.894,65					
Capital de Trabajo	\$3.287,75					
TOTALES	\$11.182,40	\$9.114,36	\$11.777,03	\$19.362,70	\$16.349,29	\$20.359,91
FLUJO DE FONDOS	-\$11.182,40	\$11.291,92	\$20.860,03	\$20.619,66	\$30.978,37	\$37.600,80

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el cuadro N° 52 permite identificar el flujo de fondos netos del proyecto es y su resultado es positivo.

El flujo de fondos netos del proyecto disminuye cada tres años a causa de las reinversiones que se realizan. Estos resultados permiten llegar a la conclusión que si se cuenta con recursos para pagar las diferentes obligaciones que mantiene el proyecto.

2.10.2 Del Inversionista

2.10.2.4 Estado de Resultados

Cuadro N° 53 Estado de Resultados Inversionista

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS CON FINANCIAMIENTO					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	\$62.581,93	\$69.927,23	\$77.272,52	\$84.617,82	\$91.963,12
TOTAL INGRESOS	\$62.581,93	\$69.927,23	\$77.272,52	\$84.617,82	\$91.963,12
(-) COSTOS DE VENTAS	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
Insumos	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	\$60.474,61	\$67.819,91	\$75.165,20	\$82.510,50	\$89.855,80
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$34.491,53	\$34.491,53	\$34.491,53	\$32.850,53	\$32.850,53
Sueldos y Beneficios	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19
Amortización Act. Diferido	\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00
Servicios Básicos	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00
Depreciaciones	\$1.938,17	\$1.938,17	\$1.938,17	\$297,17	\$297,17
Mantenimiento	\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18
TOTAL GOTOS ADMINISTRATIVOS	\$34.491,53	\$34.491,53	\$34.491,53	\$32.850,53	\$32.850,53
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Gastos de publicidad y propaganda	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
TOTAL GASTOS. VENTAS	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$25.143,07	\$32.488,37	\$39.833,67	\$48.819,97	\$56.165,26
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$616,11	\$492,88	\$369,66	\$246,44	\$123,22
Intereses pagados	\$616,11	\$492,88	\$369,66	\$246,44	\$123,22
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$616,11	\$492,88	\$369,66	\$246,44	\$123,22
= UTIL. ANTES PARTICIPACIÓN	\$24.526,97	\$31.995,49	\$39.464,01	\$48.573,52	\$56.042,04
15% Útil Trabajadores	\$3.679,05	\$4.799,32	\$5.919,60	\$7.286,03	\$8.406,31
= UTIL ANTES DE IMPTOS	\$20.847,92	\$27.196,16	\$33.544,40	\$41.287,49	\$47.635,73
25% Impto a la Renta	\$5.211,98	\$6.799,04	\$8.386,10	\$10.321,87	\$11.908,93
=UTILIDAD NETA	\$15.635,94	\$20.397,12	\$25.158,30	\$30.965,62	\$35.726,80

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el Cuadro N° 53 muestra el estado de Resultados del Inversionista y es donde se incluye los gastos financieros que se incurrió al obtener un crédito con la CFN. Se debe plantear nuevas estrategias para contrarrestar este resultado. Una estrategia de marketing es manejar mayor publicidad para poder satisfacer la demanda del servicio a más empresas y además, una estrategia financiera, que consiste en solicitar 1 año de gracia a la CFN para que a partir del segundo año se pueda pagar el capital más los intereses.

2.10.2.5 Flujo Neto de Fondos

Este flujo se destina a cubrir primero las obligaciones de operación, laborales y finalmente las financieras derivadas de los costos de financiamiento. Es decir en este flujo se considera el costo del capital de terceros (CFN), pues los fondos provienen de las aportaciones de los socios y también de préstamos bancarios.

Cuadro N° 54 Flujo Fondos Inversionista (Con Crédito)

DETALLE	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES		62.581,93	69.927,23	77.272,52	84.617,82	91.963
TOTAL		\$62.581,93	\$69.927,23	\$77.272,52	\$84.617,82	\$91.963,12
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Insumos		\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32	\$2.107,32
Amortización		\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00	\$564,00
Sueldos y beneficios		\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19	\$24.217,19
Servicios Básicos		\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00	\$7.644,00
Mantenimiento		\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18	\$128,18
depreciación		\$1.938,17	\$1.938,17	\$1.938,17	\$297,17	\$297,17
Seguros		\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79	\$4.736,79
Gastos de publicidad		\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$840,00
TOTALES	\$0,00	\$42.175,64	\$42.175,64	\$42.175,64	\$40.534,64	\$40.534,64
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$20.406,28	\$27.751,58	\$35.096,88	\$44.083,18	\$51.428,47
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito largo plazo	\$5.600,96					
valor en libros						\$1.485,83
Recuperación CT						\$3.287,75
TOTALES	\$5.600,96	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.773,57
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		\$616,11	\$492,88	\$369,66	\$246,44	\$123,22
nuevas inversiones		\$0,00	\$0,00	\$4.923,00	\$0,00	\$0,00
Servicio de la deuda		\$1.854,86	\$1.854,86	\$1.854,86	\$1.854,86	\$1.854,86
15% de Utilidades		\$3.679,05	\$4.799,32	\$5.919,60	\$7.286,03	\$8.406,31
25% Impto Renta		\$5.211,98	\$6.799,04	\$8.386,10	\$10.321,87	\$11.908,93
Inversión en Activos	\$7.894,65					
Capital de Trabajo	\$3.287,75					

TOTALES	\$11.182,40	\$11.361,99	\$13.946,11	\$21.453,23	\$19.709,20	\$22.293,32
FLUJO DE FONDOS	-\$5.581,44	\$9.044,29	\$13.805,47	\$13.643,65	\$24.373,97	\$33.908,72

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

En el Cuadro N° 54 muestra que en el flujo se integra la cuenta de pago de intereses por el crédito recibido.

2.11 Evaluación Financiera

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de toda secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. Luego de haber determinado el probable flujo de fondos de efectivo del proyecto para diez años de operación, se procede a demostrar si la inversión es económicamente rentable o no, para esto se debe considerar criterios de evaluación y se utilizará métodos de análisis como son el Valor Presente Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

2.11.1 Determinación de las tasas de descuento

Los flujos netos de fondos sin financiamiento, considera que el capital es aportado en su totalidad por los socios o accionista. Cuando una persona desea invertir tiene como expectativa una tasa mínima de ganancia sobre una inversión propuesta, llamada Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), tasa de descuento o también conocida como costo promedio ponderado del capital (CPPK).

La tasa de descuento se calcula a partir de tres componentes que son:

TMAR= % de inflación + prima del riesgo + % tasa pasiva promedio

Para el presente proyecto el cálculo de la TMAR se muestra a continuación:

Cuadro Nº 54 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO CON FINANCIAMIENTO			
DETALLE	%	TMAR	PONDERACION
APORTACION			
Financiamiento	40%	11,00%	4,40%
Recursos Propios	60%	9,00%	5,40%
TMAR GLOBAL			9,80%
TASA DE DESCUENTO SIN FINANCIAMIENTO			
DETALLE	%	TMAR	PONDERACION
APORTACION			
Recursos Propios	100%	9,00%	9,00%
TMAR GLOBAL			9,00%

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La TMAR para el proyecto es de 9% y para el inversionista el 9.80%, considerando una tasa de interés del 11% que da el préstamo a largo plazo con la CFN.

2.11.2 Evaluación financiera del proyecto.

2.11.2.4 Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación para el proyecto, que se utilizarán en este estudio son los siguientes:

- ✓ Tasa interna de retorno TIR.
- ✓ Valor Actual Neto VAN
- ✓ Relación beneficio/costo.
- ✓ Período de recuperación de la inversión.

2.11.2.4.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

“La tasa interna de retorno es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o dicho de otro modo, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”²⁵

Un proyecto se considera bueno cuando la tasa interna de retorno es superior a la tasa de rendimiento mínima requerida para el proyecto.

²⁵ BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw – Hill.

También se puede calcular utilizando un sistema de aproximaciones sucesivas, partiendo de una tasa de descuento inicial que se establece en forma subjetiva la misma que se va ajustando hasta obtener dos tasas consecutivas que den como resultado un VAN positivo y otro negativo y luego por interpolación se calcula la TIR del proyecto.

La fórmula para calcular la TIR es:

$$TIR = \frac{FNC1}{(1+r)^1} + \frac{FNC2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+r)^n} - I = 0$$

Donde:

FNC = Flujo Neto de Caja

r = Tasa Interna de Retorno

I = Inversión

Cuadro Nº 55 TIR Proyecto

SIN FINANCIAMIENTO	
VAN	\$ 46.86
TIR	40%

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La TIR para el presente proyecto es de 140% de rentabilidad, por los recursos invertidos en el presente proyecto. El proyecto es considerado como rentable ya que supera la TMAR calculada anteriormente que es del 9.08% sin financiamiento.

2.11.2.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

“El valor actual neto (VAN) es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. Con este método se descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. El cálculo del VAN es una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos.”²⁶

La fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{\text{Flujo neto de fondos en cada año}}{(1 + I)^n} - \text{Inversión}$$

²⁶ <http://diccionario.sensagent.com/valor+actual+neto/es-es/>

Cuadro N° 55 Cálculo VAN Proyecto

VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja		\$ 11.291,92	\$ 20.860,03	\$ 20.619,66	\$ 30.978,37	\$ 37.600,80
Inversión Inicial	\$ 11.182,40					
		\$ 10.816,02	\$ 19.138,77	\$ 18.120,91	\$ 26.076,93	\$ 30.317,58
	\$ 93.288					

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La inversión inicial es de \$14.002,40 y en 5 años será de \$30.317,58 de acuerdo al cálculo del VAN. Como este valor es positivo se considera que el proyecto es factible ya que cubre el nivel mínimo de rendimiento que es el 12% y además obtiene un valor extra.

2.11.2.4.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

El proyecto será evaluado por el método del Beneficio / Costo. Se calcula por medio de la siguiente fórmula:

$$Relación\ B / C = \frac{\sum F.FondosActualizados}{InversiónInicial}$$

En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados utilizando el VAN de acuerdo al flujo de caja.

Si:

- ✓ RBC > 1 : se acepta el proyecto.
- ✓ RBC = 1 : es indiferente entre realizar o rechazar el proyectos, los beneficios netos compensan el costo de oportunidad del dinero.
- ✓ RBC < 1 : se rechaza el proyecto ya que el valor presente de los beneficios es menor que el valor presente de los costos.

Los resultados son los siguientes:

Cuadro Nº 56 Relación Beneficio / Costo Proyecto

RELACIÓN BENEFICIO COSTO SIN FINANCIAMIENTO						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja		\$ 11.291,92	\$ 20.860,03	\$ 20.619,66	\$ 30.978,37	\$ 37.600,80
Inversión	\$ 11.182,40					
Inicial						
		\$ 11.291,92	\$ 20.860,03	\$ 20.619,66	\$ 30.978,37	\$ 37.600,80
RELACIÓN	\$ 5,43					
BENEFICIO						
COSTO						

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La relación beneficio / costo del proyecto sin financiamiento es de 5.43 dólares, esto quiere decir que por cada dólar invertido se gana \$4.43 dólares.

2.11.2.4.4 Periodo de Recuperación

“El período de recuperación del capital se lo define como el espacio de tiempo necesario para que el flujo de recibos en efectivo, producidos por una inversión iguale al desembolso de efectivo originalmente requerido para la misma inversión.”²⁷

$$\text{Factor de Re pago} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo acumulado del año anterior considerado}}{\text{flujo neto del año considerado}}$$

$$\text{Año de repago} = \text{factor de repago} + \text{año anterior al considerado}$$

Para el cálculo de del periodo de Recuperación se utiliza las siguientes fórmulas:

El período de repago para el proyecto sin financiamiento es:

²⁷ CALDAS Molina, Marco: Preparación Y Evaluación De Proyectos, Publicaciones “H”, Quito Ecuador, 1995.

Cuadro Nº 57 Periodo Repago Proyecto

PERIODO DE REPAGO	
AÑOS:	3
MESES:	5
DIAS	24

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

Se recuperará la inversión en 3 años, 5 meses y 24 días.

2.11.3 Evaluación Financiera Inversionista

2.11.3.4 Criterios Evaluación

Los criterios de evaluación para el inversionista, que se utilizarán en este estudio son los siguientes:

- ✓ Tasa interna de retorno TIR.
- ✓ Valor Actual Neto VAN
- ✓ Relación beneficio/costo.
- ✓ Período de recuperación de la inversión.

2.11.3.4.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR para el inversionista es:

Cuadro N° 58 TIR Inversionista

Con Financiamiento	
VAN	\$ 56.829
TIR	77%

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La TIR para el inversionista es de 77% por los recursos invertidos en el presente proyecto. El proyecto es considerado como rentable ya que supera la TMAR calculada anteriormente que es de 11.00% con financiamiento.

2.11.3.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN para el inversionista es:

Cuadro N° 58 Cálculo VAN Inversionista

VALOR ACTUAL NETO CON FINANCIAMIENTO						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja		\$ 9.044,29	\$ 13.805,47	\$ 13.643,65	\$ 24.373,97	\$ 33.908,72
Inversión	\$ 11.182,40					
Inicial		\$ 8.663,12	\$ 12.666,32	\$ 11.990,28	\$ 20.517,49	\$ 27.340,66
	\$ 69.995,46					

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

Como este valor es positivo y mayor a cero, se considera que el proyecto es factible ya que cubre el nivel mínimo de rendimiento que es el 11,00% y además obtiene un valor adicional a lo esperado.

2.11.3.4.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

La Relación Beneficio Costo, para el inversionista es:

Cuadro Nº 58 Flujo Relación Beneficio / Costo Inversionista

RELACIÓN BENEFICIO COSTO CON FINANCIAMIENTO						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja		\$ 9.044,29	\$ 13.805,47	\$ 13.643,65	\$ 24.373,97	\$ 33.908,72
Inversión	\$ 11.182,40					
Inicial						
		\$ 9.044,29	\$ 13.805,47	\$ 13.643,65	\$ 24.373,97	\$ 33.908,72
RELACIÓN	\$ 8,48					
BENEFICIO						
COSTO						

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

La relación beneficio / costo del proyecto con financiamiento es de 8.48 dólares, esto quiere decir que por cada dólar invertido gana \$7.48 dólares.

2.11.3.4.4 Periodo de Recuperación

El período de repago para el proyecto con financiamiento es:

Cuadro N° 58 Periodo Repago Inversionista

PERIODO DE REPAGO	
AÑOS:	3
MESES:	10
DÍAS	4

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

Se recuperará la inversión en 3 años, 10 meses y 4 días.

2.12 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendrían las diversas variables en la rentabilidad del proyecto y presenta escenarios de sus efectos.

Cuadro N° 59 Análisis de Sensibilidad

CON FINANCIAMIENTO					
VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	77%	56.829	5 año 2 meses	8,48	Viable
Precio de venta (-20%)	7%	-42.218,43	+ de 6 años	6,78	No viable
Volumen de ventas (-10%)	44%	16.804,80	4 años 9 meses	7,628	Sensible
Costo Isumos (+30%)	72%	2.652,20	5 años 9 meses	11,02	Sensible
Sueldos (+10%)	72%	2.850,96	5 años 8 meses	9,323	Sensible
SIN FINANCIAMIENTO					
VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	140%	76.854,67	4 años 11 meses	5,4	Viable
Precio de venta (-20%)	6%	-43574,58	+ de 6 años	4,3	No viable
Volumen de ventas (-10%)	34%	18596,76	4 años 7 meses	4,9	Sensible
Costo Isumos (+30%)	64%	2856,56	5 años 1 mes	7,1	Sensible
Sueldos (+10%)	53%	3056,92	5 años 5 meses	6,0	Sensible

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Andrea Morales

No sensible = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variación en el factor crítico considerado.

Sensible = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores mercado (precios).

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendrían las diversas variables en la rentabilidad del proyecto.

Si el proyecto es sensible a cualquier variable, se debe aplicar una estrategia a fin de contrarrestar las amenazas presentes de acuerdo a las variables conjugadas; en consecuencia se deberá rediseñar las estrategias con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

El proyecto es sensible a una disminución de ingresos y aumento de costos simultáneamente, por lo que la estrategia es ampliar la participación de la empresa en el mercado mediante la publicidad, promociones y marketing.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.13 Conclusiones: Resultados del estudio.

- ✓ En la investigación de mercado se determinó las características que el Servicio de Asesoría de Recursos Humanos debe tener para poder satisfacer las necesidades de los futuros clientes, como son: el horario, el lugar, tipo de servicio, temas de capacitación y el precio que estarían dispuesto a invertir por el curso.
- ✓ Se determinó que existe una demanda insatisfecha para el Servicio de Asesoría de recursos humanos, donde se pretende captar el 12% de la misma, que corresponde a 3 cursos mensuales para el primer año y así satisfacer la necesidad de este servicio en las empresas de la ciudad de Latacunga.
- ✓ Se concluye que existe disponibilidad de mano de obra ya que en el país existen aproximadamente 113 profesionales en diferentes áreas registrados en la Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador.
- ✓ La localización de la empresa se estableció en base a 5 factores que determinaron la ubicación idónea para el presente proyecto y la mayor

ponderación se obtuvo en el Sector Norte de Latacunga, con una calificación de 9.20 puntos.

- ✓ Se estableció la cadena de valor para el presente proyecto en base al tipo de servicio que va a brindar. Las actividades primarias son: Marketing y ventas, Capacitación Empresarial y Post Evaluación; y las de apoyo son: Gestión Administrativa – Financiera y Logística.
- ✓ En base a los procesos principales de la cadena de valor, se definió los procedimientos y las tareas que cada uno de ellos necesitará para que los procesos sean alcanzados con el 100% de eficacia y eficiencia.
- ✓ La empresa según el tipo de sector, se encuentra ubicado en el Sector Terciario; según la actividad, la empresa está dentro de Servicios y según el CIU, se encuentra en: Actividades de Asesoramiento Empresarial y en Materia de Gestión.
- ✓ El nombre escogido para este Servicio es “CHRA CONSULTORES” y en base a ello se definió su base filosófica, estableciendo: visión, misión, objetivos estratégicos, principios y valores.
- ✓ La Estructura Orgánica se hizo en base a la Cadena de Valor y con los procesos definidos, se estableció el organigrama estructural para el presente proyecto. La empresa empezará sus operaciones con 6 personas,

las cuales tendrán diferente cargo y funciones para el desarrollo correcto de las actividades de cada proceso.

- La inversión total para el presente proyecto es de \$ 14.002,40. El 60% equivale a \$8.401.49 que corresponde a fondos propios y el 40% equivale a \$5.600.96 que corresponde al financiamiento con fuentes externas, siendo este el préstamo de la CFN a un interés del 11%.

- ✓ Para el primer año se obtiene una pérdida debido a que los ingresos son menores que los egresos. Uno de los rubros más altos de los egresos es el de mano de obra directa, ya que son un elemento importante e indispensable para la actividad de la empresa. Pero para los siguientes años se logra tener una estabilidad y los resultados son positivos.

- ✓ La TIR del proyecto es de 140% de rentabilidad; a su vez la TIR del inversionista es de 77% por los recursos invertidos en el presente proyecto. El proyecto es considerado como rentable ya que supera la TMAR calculada anteriormente que es del 12% sin financiamiento y el 11.00% con financiamiento.

- ✓ El VAN del proyecto es de \$76.855,00 y del inversionista es de \$56.829. Ambos resultados son mayores a cero, lo cual muestra que el proyecto es factible.

- ✓ El proyecto es sensible a una disminución de ingresos y aumento de costos simultáneamente, por lo que la estrategia es ampliar la participación de la empresa en el mercado mediante la publicidad, promociones y marketing.

2.14 Recomendaciones.

- ✓ Implementar las características requeridas por el mercado, que se obtuvo como resultado de las encuestas realizadas. Esto hará que el servicio satisfaga las necesidades de los futuros clientes, en cuanto al horario, el lugar, tipo de servicio, temas de capacitación y el precio que estarían dispuestos a invertir por el curso.
- ✓ Captar el porcentaje establecido de la demanda insatisfecha en forma progresiva, conforme a los resultados del Estudio de Mercado, tomando en cuenta que es la capacidad que tendrá la consultora.
- ✓ Contratar a expositores profesionales y capacitados en las áreas que requiere el presente proyecto para ponerlo en marcha, acorde a las necesidades del mercado y a la expectativa de los empresarios.
- ✓ Establecer la Empresa acorde al Estudio Técnico basado en la matriz de microlocalización, donde se conjugaron variables que permitieron determinar la ubicación idónea, siendo en el Sector Norte de la ciudad de Latacunga (la Fae).

- ✓ Poner en marcha los procesos diseñados, aprobados y validados, para establecer un proceso de mejoramiento a fin de fortalecer a los mismos y mejorar los niveles de productividad, poniendo como base la eficiencia y eficacia para el desarrollo de las actividades de los procesos.

- ✓ Registrar el nombre del presente proyecto “Centro de Motivación y Desarrollo”, ya que se relaciona con el tipo de servicio que se va a brindar y se identifica con la actividad de la Empresa.

- ✓ Contratar al personal administrativo acorde a las competencias, atributos, actividades y funciones establecidas en los procesos de la cadena de valor, dentro del Estudio Organizacional de la Empresa.

- ✓ Poner en marcha el presente proyecto ya que es viable, debido a que los criterios de evaluación utilizados en el área técnica, administrativa y financiera, determinaron que existe una rentabilidad mayor a la que el mercado ofrece para una inversión de capital.

3 BIBLIOGRAFIA

❖ BACA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, 1997, Santafé de Bogotá, Ed. McGraw Hill.

- ❖ CALDAS Molina, Marco: Preparación Y Evaluación De Proyectos, Publicaciones “H”, 1995, Quito Ecuador,
- ❖ DRUDIS, Antonio: Planificación, Organización y Gestión de Proyectos, Editorial Gestión 2000
- ❖ ECO. MENESES ALVAREZ, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 2001, impreso en Quito. Ecuador.
- ❖ GARCÍA, Alberto: Evaluación de Proyectos de Inversión, Ed. McGraw Hill.
- ❖ GUTIERREZ, Luis Fernando: Finanzas Prácticas para Países en Desarrollo, 1992, Colombia, Editorial Norma.
- ❖ HOFFMAN, K. Douglas y BATESON, Jonh E. G.: Fundamentos de Marketing de Servicios, 2002, Thomson.
- ❖ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary: Fundamentos de Mercadotecnia, segunda edición, 1991, D.F. México, Pretice Hall.
- ❖ MENESES, Edilberto: Preparación y evaluación de proyectos, 2da. Edición, 2001.
- ❖ NARANJO, Salguero Marcelo: Contabilidad de Costos por órdenes de Producción, Primera Edición, Quito
- ❖ ROBBINS, Stephen: Comportamiento Organizacional, octava edición, Prentice Hall
- ❖ SAPAG, Nassir: Preparación y Evaluación de Proyectos, 1995, Santafé de Bogotá, Ed. McGraw Hill.

- ❖ STANTON, Etzel, Walker: Fundamentos de Marketing, 1999, Editorial Mc Graw Hill Interamericana.
- ❖ VAN HORNE, James: Administración Financiera, novena edición, 1992, México, Prentice Hall Hispanoamericana.
- ❖ VILLAREAL, Arturo: Evaluación Financiera de Proyectos, 1998.
- ❖ ZAPATA, Pedro: Contabilidad General, 1999, Colombia, Mc. Graw Hill.

- **REVISTAS Y PUBLICACIONES**

- ❖ Guía Metalmecánica del Ecuador, Edición 2009 - CAPEIPI
- ❖ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México.

- **PÁGINAS WEB**

- ❖ <http://www.slideshare.net/.../la-oferta-y-la-demanda-mercado>
- ❖ <http://www.geocities.com/samperez7/Textolicminera2003.doc>
- ❖ <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC>
- ❖ <http://www.crecenegocios.com/cadena-de-valor>, Internet
- ❖ <http://www.fao.org/Wairdocs/X5035S/X5035s0o.htm>
- ❖ http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial
- ❖ <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

- ❖ <http://www.diccionario.sensagent.com/valor+actual+neto/es-es/>
- ❖ <http://www.supercias.gov.ec>
- ❖ <http://www.bce.gov.ec>
- ❖ <http://www.ccq.org.ec>
- ❖ <http://www.inec.gov.ec>

ANEXOS

Anexo N° 1

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo crear una Consultora de Asesoría en el área de Recursos Humanos en la Ciudad de Latacunga.

La información suministrada en esta encuesta será tratada confidencialmente y sólo tiene validez para la presente investigación.

INSTRUCCIONES

- a) Favor responder todas las preguntas con la sinceridad que le caracteriza.
- b) Marque con una X en el casillero de la alternativa que se aproxime más a su opinión.
- c) En las preguntas que requiera su criterio, favor contestar en forma clara y precisa.

Nombre de la Empresa: _____ Número de
Actividad: _____
Empleados: _____

1. Si una empresa de asesoría en el área de Recursos Humanos ofertara un servicio garantizado basándose en los resultados que pueda generar en sus empleados. ¿Estaría dispuesto a contratar este servicio?

_____ SI
_____ NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2. ¿Su empresa anteriormente ha recibido algún asesoramiento para seleccionar y capacitar al personal idóneo para ocupar un puesto vacante dentro de la empresa?

_____ SIEMPRE
_____ FRECUENTE
_____ CASI NUNCA
_____ NUNCA

3. ¿Puede usted citar el nombre de una empresa que brinde asesoría en el área de Recursos Humanos?

4. ¿Considera usted necesario que exista una consultora que brinde asesoría en el área de recursos humanos en la ciudad de Latacunga?

_____ SI
_____ NO

5. ¿Contrataría un servicio de Outsourcing en?

_____ Selección de personal
_____ Capacitación

6. ¿Dónde le gustaría que estén las oficinas de este servicio?

_____ NORTE
_____ CENTRO
_____ SUR

7. ¿Con que frecuencia se realizar el proceso de capacitación del personal de su empresa?

INSTRUCCIÓN: Escoja 1 opción

_____ una vez al mes
_____ una vez cada tres meses
_____ una vez cada seis meses
_____ una vez al año

8. ¿Dónde le gustaría que se realice el curso de Capacitación al personal?

INSTRUCCIÓN: Escoja 1 opción

- _____ Dentro de las instalaciones de su empresa (Inhouse)
- _____ Hoteles
- _____ Instalaciones con espacios verdes
- _____ Otro

9. ¿Cuáles son las razones principales por la que Ud. quisiera contratar este servicio?

INSTRUCCIÓN: Escoja las dos más importantes

- _____ Aumento de productividad
- _____ Mejor desempeño del personal en su puesto de trabajo

- _____ Mejoramiento de clima laboral
- _____ Personal se sienta identificado con la empresa

- _____ Otros

10. ¿Cuánto estaría dispuesta su empresa a invertir por persona en la asesoría de selección y capacitación del personal

- _____ 125 usd.
- _____ 150-200 usd.
- _____ 250-300 usd.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



MEGA

TECHNOLOGIES

DIGITAL LIGHT TECHNOLOGY Cia. Ltda.

Computadoras & Servicios

OFERTAS:

FLASH MEMORY 2GB 14.00
2.0GB MEMORY 12.00
FLASH MEMORY 4GB 18.00

ACCESORIOS - SUMINISTROS - SERVICIO TECNICO
VENTAS: PARTES, PIEZAS, SUMINISTROS DE COMPUTACION - CON TOTAL GARANTIA
SERVICIO TECNICO: MANTENIMIENTO - REPARACION - ACTUALIZACION

DIFERIALO CON SU
TARJETA PREFERIDA:



MATRIZ, AV. NAPO 57-391 Y ALPAHUASI (2657-265/2619-270/087919027)

SUCURSAL 1: AV. MALDONADO 546-382 (junto fabrica FISA) 2692 964 / 2692 539

SUCURSAL 2: 9 DE OCTUBRE entre FRANCISCO ORELLANA Y 24 DE MAYO (PUYO)

SUPER COMBOS POR TEMPORADA

<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">MINI COMBO</div> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: small;">Procesador Sampron LE - 1100</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Case Combo Full Tower Motherboard a su elección Motherboard 775 Video Memoria DDR-1GB Disco duro 320Gb 7200 RPM DVD RW 24x Lector de Memoria Red 10/100 Puerto USB Sistema Stereo Monitor Flat Panel 15.0" Teclado Multimedia Mouse Optico/Pastillas</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: orange;">410</p> </div> <div style="background-color: #00B050; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: x-small; margin-top: 10px;">Adicional llévate</div> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">CONTROLADOR - PAD MOUSE CABLES Y ACCESORIOS</p>	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">COMBO - HOGAR</div> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: small;">Procesador Intel Core 2 Quad 2.6 GHZ</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Case Combo Full Tower (Modelos a su elección) Motherboard INTEL 775 Memoria Ram 2 GB Disco duro 320Gb 7200 RPM DVD Writer 24x Lector de Memoria Red 10/100 Puerto USB Sistema Stereo Monitor Flat Panel 17" Teclado Multimedia Mouse Optico/Pastillas</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: orange;">650</p> </div> <div style="background-color: #00B050; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: x-small; margin-top: 10px;">Adicional llévate</div> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">REGULADOR DE VOLTAJE 8 TOMAS CONTROLADOR - PAD MOUSE IMPRESORA MULTIFUNCION MESA IMPRINTADA - SILLA FLORA MENTORY - CAMARA WEB</p>	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">COMBO - OFICINA</div> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: small;">Procesador Intel Core 2 Duo 2.93 GHZ</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Case Combo Full Tower (Modelos a su elección) Motherboard INTEL 775 Memoria Ram 2 GB Disco duro 320Gb 7200 RPM DVD Writer 24x Lector de Memoria Red 10/100 Puerto USB Sistema Stereo Monitor Flat Panel 18.5" resolución 1600x1200 Teclado Multimedia Mouse Optico/Pastillas</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: orange;">779</p> </div> <div style="background-color: #00B050; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: x-small; margin-top: 10px;">Adicional llévate</div> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">REGULADOR DE VOLTAJE 8 TOMAS CONTROLADOR - PAD MOUSE IMPRESORA MULTIFUNCION MESA IMPRINTADA - SILLA Volante + pedales para juegos</p>
<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">SUPER COMBO</div> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: small;">Procesador Intel Core 2 Quad 2.6 GHZ</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Case Combo Full Tower (Modelos a su elección) Motherboard INTEL 775 Memoria Ram 2 GB Disco duro 320Gb 7200 RPM DVD Writer 24x Lector de Memoria Red 10/100 Puerto USB Sistema Stereo Monitor Flat Panel 22" Teclado Multimedia Mouse Optico/Pastillas</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: orange;">980</p> </div> <div style="background-color: #00B050; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: x-small; margin-top: 10px;">Adicional llévate</div> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">UPS (opcional + regalo libro) CONTROLADOR - PAD MOUSE IMPRESORA MULTIFUNCION MESA IMPRINTADA - SILLA AURICULOS - CAMARA WEB FLASH MEMORY</p>	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">COMBO - DISEÑO GRAFICO</div> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: small;">Procesador Intel Quad Core 2.6 GHZ</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Case Combo Full Tower (Modelos a su elección) Motherboard INTEL 775 Memoria Ram 2 GB Disco duro 1 TB (1000 gb) DVD Writer 24x Lector de Memoria Red 10/100 Puerto USB Sistema Stereo Teclado de 60 teclas Monitor Flat Panel 22" Teclado Multimedia Mouse Optico/Pastillas</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: orange;">860</p> </div>	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">COMBO - ECONOMICO</div> <p style="margin: 0; font-weight: bold; font-size: small;">Procesador Intel Celeron 1.8 GHZ</p> <p style="margin: 0; font-size: x-small;">Case Combo Full Tower (Modelos a su elección) Motherboard 775 Memoria Ram 2 GB Disco duro 320Gb 7200 RPM DVD Writer 24x Lector de Memoria Red 10/100 Puerto USB Sistema Stereo Monitor 17" VGA</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p style="font-size: 2em; font-weight: bold; color: orange;">355</p> </div>

PRECIOS MAS 12% IVA

COMPUTADORAS DE ESCRITORIO



COMPUTADOR REGALON
 CELERON 430 1.86GHZ / MAINBOARD 775-1333/DVD RW
 MEMORIA 1GB DDR2 / HDD 160GB SATA / LECTOR CARD
 MONITOR LCD 15" LG / TECLADO, MOUSE, PARLANTE+REGU

Oferta \$410
 Electro

CPU \$275

Normal \$430 | Electro \$385 | Ocaso \$410

COMPUTADOR ECONOMICO
 CELERON 1.80 / MAINBOARD 775-1333 / DVD RW
 MEMORIA 1GB / HDD 320 SATA / LECTOR CARD
 LCD 19" LG / TECLADO, MOUSE, PARLANTE / MESA

Oferta \$485
 Electro

CPU \$294

Normal \$505 | Electro \$460 | Ocaso \$485

MEJORAMOS TODO TIPO COTIZACION

COMPUTADOR CON TV
 INTEL CORE 2 DUO 2.8 / MAINBOARD 775-1333 / DVD RW
 DISCO 320 DE 500GB / LECTOR CARD / LCD 19"
 MEMORIA 2GB / DVD RW
 TARJETA DE TV SONY
 MONITOR LCD 19"
 TECLADO, MOUSE

Oferta \$645
 Electro

MULTIPLES USOS
 INTEL CORE 2 DUO 2.8 / MAINBOARD 775-1333
 MEMORIA RAM DE 2GB DDR2
 DISCO 320 DE 500GB
 LEC. MEMORIA / DVD RW
 LTO ADD. MOUSE

Oferta \$515
 Electro

DUAL CORE
 INTEL CORE 2 DUO 2.8 / MAINBOARD 775-1333
 MEMORIA RAM DE 2GB DDR2
 DISCO 320 DE 500GB
 LEC. MEMORIA / DVD RW
 LTO ADD. MOUSE

Oferta \$330
 Electro

CORE 2 DUO E7500
 INTEL CORE 2 DUO 2.8 / MAINBOARD 775-1333
 MEMORIA RAM DE 2GB DDR2
 DISCO 320 DE 500GB
 LEC. MEMORIA / DVD RW
 LTO ADD. MOUSE

Oferta \$510
 Electro

CORE I7 2.66GHZ
 INTEL CORE I7 2.66 / MAINBOARD 775-1333
 MEMORIA RAM DE 4GB DDR2
 DISCO 320 DE 500GB
 DVD RW / LEC. MEMORIA
 LTO ADD. MOUSE

Oferta \$999
 Electro

COMBO SUPER COLEGIAL
 DUAL CORE 2.8 / MAINBOARD 775-1333 / DVD RW
 MEMORIA 2GB / DISCO 320 / LECTOR CARD / LCD 19"
 MULTIFUNCION CANON MP150 / REGULADOR
 TECLADO, MOUSE, PARLANTE / MESA / SILLA

Oferta \$670
 Electro

CPU \$352

Normal \$710 | Electro \$630 | Ocaso \$670

COMBO UNIVERSITARIO
 CORE 2 DUO 2.83 / MAINBOARD INTEL / DVD RW
 MEMORIA 2GB / DISCO 500 / LECTOR CARD / LCD 19"
 MULTIFUNCION CANON MP150 / REGULADOR
 TECLADO, MOUSE, PARLANTE / MESA / SILLA

Oferta \$770
 Electro

CPU \$470

Normal \$820 | Electro \$740 | Ocaso \$770

COMBO MULTIMEDIA
 CORE 2 DUO 2.66 / MAINBOARD INTEL / DVD RW
 MEMORIA 3GB / DISCO 500 / LECTOR CARD / LCD 22"
 MULTIFUNCION CANON MP150 / REGULADOR
 TECLADO, MOUSE, PARLANTE / MESA / SILLA

Oferta \$990
 Electro

CPU \$572

Normal \$1040 | Electro \$960 | Ocaso \$990

USUARIO AVANZADO CORE I5
 CORE I5 2.66 / MAINBOARD INTEL / 4GB DDR2
 DISCO 1000 / DVD RW 22X / LECTOR CARD
 MONITOR LCD 22" / MULTIFUNCION CANON MP150
 REGULADOR / TECLADO, MOUSE, PARL/MESA, SILLA

Oferta \$1220
 Electro

CPU \$830

Normal \$1300 | Electro \$1220 | Ocaso \$1220

EyS corp. Brinda la mejor en tecnología

FECHA: 13/09/2011

REALIZADO POR:

~~ANDREA MORALES~~

Andrea Valeria Morales Liger

C.I 0503077844

REVISADO POR:

~~Xavier Fabara~~



Ing. Xavier Fabara

DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

~~Rodrigo Vaca~~



Dr. Rodrigo Vaca

SECRETARIO ACADÉMICO

