





# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
SERVICIOS DE PROACTIVIDAD PARA FUNCIONARIOS Y  
EMPRESARIOS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**TANIA PAMELA JÁCOME BARRIONUEVO**

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

**INGENIERA COMERCIAL**

**DR. HERNÁN NOVILLO  
DIRECTOR**

**ING. JUANITA GARCÍA  
CODIRECTORA**

**Año 2010**

i. **Declaración de Responsabilidad**

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD  
TANIA PAMELA JÁCOME BARRIONUEVO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Estudio Para La Creación De Una Empresa De Servicios De Proactividad En El Distrito Metropolitano de Quito, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

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

Quito, 04 de Marzo del 2010

---

Tania Pamela Jácome Barrionuevo

**ii. Certificado de tutoría**

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
INGENIERÍA COMERCIAL**

**DR. HERNÁN NOVILLO  
ING. JUANITA GARCÍA**

**CERTIFICAN:**

Que el trabajo titulado Estudio Para La Creación De Una Empresa De Servicios De Proactividad En El Distrito Metropolitano de Quito, 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.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a Tania Pamela Jácome Barrionuevo que lo entregue a Ing. Guido Crespo, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 04 de Marzo del 2010.

---

Dr. Hernán Novillo  
DIRECTOR

---

Ing. Juanita García  
CODIRECTOR

**iii. Autorización de Publicación.**

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN:

YO, Tania Pamela Jácome Barrionuevo

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la institución del trabajo Estudio Para La Creación De Una Empresa De Servicios De Proactividad En El Distrito Metropolitano de Quito, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 04 de Marzo del 2010

---

Tania Pamela Jácome Barrionuevo

*“ Ser emprendedor es una forma de vida, basada en una lucha constante por transformar nuestros sueños en realidad”*

#### iv. DEDICATORIA

La presente tesis, la dedico a mis Padres, por ser quienes con su esfuerzo y dedicación, me supieron guiar durante toda mi vida estudiantil y en especial, para la consecución de este fin.

A mis hermanos, por su invaluable apoyo en cada momento de mi carrera estudiantil.

A mi abuelita por sus sabios consejos.

A Andrés, por su amor, comprensión y respaldo diario para culminar mi carrera universitaria.

Al resto de mi familia y amigos que siempre estuvieron pendientes de mi desempeño estudiantil.

## **v. AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecer a la Escuela Politécnica del Ejército, por ser la Institución que me abrió las puertas y me dió la oportunidad de prepararme y optar por un título profesional.

A los catedráticos de la Facultad de Ingeniería Comercial, quienes me transmitieron los conocimientos y destrezas, durante los 5 años de carrera universitaria, con los cuales, aspiro sean las bases suficientes que me ayudarán a desempeñarme en mi vida profesional.

Un reconocimiento especial al doctor Hernán Novillo y a la ingeniera Juanita García, mi Director y Codirectora, por ser los puntales en la ejecución y culminación de este trabajo.

A mis amigos, por todo el ánimo, la paciencia y por compartir este sentimiento de alegría que hoy me embarga. Con ellos reí, pasé angustias pero sobretodo alegrías que han hecho de estos años una etapa inolvidable.

## vi. INDICE DE CONTENIDOS

vii.LISTADOS DE TABLAS .....	xiv
viii.LISTADOS DE GRÁFICOS .....	xvi
ix.LISTADO DE ANEXOS .....	xvii
x.RESUMEN .....	1
xi.SUMMARY .....	4
xii.OBJETIVOS DEL PROYECTO: .....	7
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1.- Objetivos del Estudio de Mercado</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.- Identificación del Servicio</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3.- Características del Servicio</b> .....	<b>14</b>
1.3.1.- Clasificación por su Uso/Efecto .....	14
1.3.2.- Servicios Sustitutos / Complementarios .....	16
1.3.3.- Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial .....	17
<b>1.4.- Investigación de Mercado</b> .....	<b>18</b>
1.4.1.- Metodología de la Investigación .....	18
1.4.2.- Segmentación de Mercado.....	22
1.4.3.- Segmento Objetivo .....	25
1.4.4.- Tamaño del Universo.....	25
1.4.5.- Prueba Piloto .....	26
1.4.6.- Tamaño de la Muestra.....	31
1.4.7.- Diseño del Cuestionario.....	33
1.4.7.1- Procesamiento de la Información .....	42
1.4.7.2.- Análisis de los Resultados.....	43
<b>1.5.- Análisis de la Demanda</b> .....	<b>68</b>
1.5.1.- Clasificación .....	68
1.5.2.- Factores que Afectan a la Demanda .....	69
1.5.3 Análisis Histórico de la Demanda .....	72
1.5.4 Demanda Actual del Servicio.....	72

1.5.5 Proyección de la Demanda:.....	74
<b>1.6.- Análisis de la Oferta .....</b>	<b>76</b>
1.6.1.- Clasificación .....	76
1.6.2.- Factores que Afectan a la Oferta:.....	76
1.6.3.- Comportamiento Histórico de la Oferta:.....	78
1.6.4.- Oferta Actual:.....	78
1.6.5.- Proyección de la Oferta: .....	80
<b>1.7.- Determinación de la Demanda Insatisfecha .....</b>	<b>81</b>
<b>1.8.- Análisis de Precios en el Mercado de Servicios .....</b>	<b>82</b>
1.8.1.- Precios Históricos y Actuales: .....	83
1.8.2.- Márgenes de Precios:.....	83
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>85</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>85</b>
<b>2.1.Tamaño del Proyecto:.....</b>	<b>85</b>
2.1.1.    Factores Determinantes del Proyecto .....	85
2.1.1.1.El Mercado.....	85
2.1.1.2.Disponibilidad de Recursos Financieros: .....	86
2.1.1.3.Disponibilidad de Recurso Humano:.....	87
2.1.1.4.Economías de Escala: .....	87
2.1.1.5. Disponibilidad de Tecnología:.....	87
2.1.1.5.Disponibilidad de Insumos y Materiales:.....	88
2.1.2.Optimización del Tamaño: .....	88
2.1.3.Definición de las Capacidades de Producción:.....	89
<b>2.2. Localización del proyecto: .....</b>	<b>89</b>
2.2.1. Macro localización:.....	89
2.2.2. Micro Localización:.....	90
2.2.3. Matriz Locacional: .....	93
<b>2.3. Ingeniería del Proyecto .....</b>	<b>95</b>
2.3.1. Proceso del Servicio .....	95
2.3.1.1. Diagrama de Flujo:.....	97
2.3.1.2. Requerimiento de Recurso Humano:.....	98
2.3.1.3. Requerimiento de Equipos.....	98

2.3.1.4. Requerimiento de Muebles de Oficina.....	99
2.3.1.5. Requerimiento de Gastos Administrativos.....	100
2.3.1.6. Requerimiento de Gastos Ventas.....	101
2.3.1.7. Requerimiento de Activo Diferido.....	102
2.3.1.8. Determinación de las Inversiones.....	102
2.3.2.Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo.....	103
2.3.3.Calendario de Ejecución del Proyecto.....	104
<b>2.4. Aspectos Ambientales.....</b>	<b>105</b>
2.4.1 Legislación Vigente.....	105
2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales.....	105
2.4.3 Medidas de Mitigación.....	105
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>106</b>
<b>LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>106</b>
<b>3.1 Base Legal:.....</b>	<b>106</b>
3.1.1. Constitución de la Empresa.....	106
3.1.2. Tipo de Empresa.....	106
3.1.3. Razón Social, Logotipo, Slogan.....	107
<b>3.2 Base Filosófica de la Empresa:.....</b>	<b>108</b>
3.2.1. Visión.....	108
3.2.2. Misión.....	108
3.2.3. Objetivos Estratégicos.....	109
3.2.4. Principios y Valores.....	110
3.2.5. Estrategia Empresarial.....	111
3.2.5.1. Estrategia de Competitividad.....	111
3.2.5.2. Estrategia de Crecimiento.....	112
3.2.5.3. Estrategia de Competencia.....	112
3.2.5.4. Estrategia Operativa.....	112
<b>3.3 Estrategias de Mercadotecnia:.....</b>	<b>112</b>
3.3.1. Estrategia de Precio.....	113
3.3.2. Estrategia de Promoción.....	113
3.3.3. Estrategia de Servicio.....	114
3.3.3. Estrategia de Plaza.....	114

<b>3.4 La Organización:</b> .....	115
3.4.1 Estructura Orgánica.....	115
3.4.2 Responsabilidades .....	116
3.4.3 Perfiles Profesionales .....	120
3.4.4 Organigrama Estructural.....	122
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	123
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	123
<b>4.1 Presupuestos</b> .....	123
4.1.1. Presupuestos de Inversión.....	123
4.1.1.1 Activos Fijos: .....	125
4.1.1.2. Activos Intangibles: .....	128
4.1.1.3. Capital de Trabajo:.....	129
4.1.2. Cronograma de Inversiones.....	130
4.1.3. Presupuestos de Operación.....	131
4.1.3.1. Presupuestos de Ingresos: .....	131
4.1.3.2. Presupuestos de Egresos:.....	132
4.1.3.3. Estado de Origen y Aplicación de Recursos: .....	134
4.1.3.4. Estructura de Financiamiento:.....	135
4.1.4. Punto de Equilibrio .....	136
<b>4.2. Estados Financieros Proyectados</b> .....	140
4.2.1 Del Proyecto (Sin Financiamiento).....	140
4.2.1.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias) .....	140
4.2.1.1. Flujo Neto de Fondos.....	141
4.2.2. Del Proyecto (Con Financiamiento) .....	141
4.2.2.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).....	142
4.2.2.2. Flujo Neto de Fondos.....	143
<b>4.3. Evaluación Financiera:</b> .....	144
4.3.1. Determinación de la Tasa de Descuento .....	144
4.3.1.1. Del Proyecto (sin financiamiento):.....	144
4.3.1.2. Del Proyecto (con financiamiento) .....	145
4.3.2. Evaluación Financiero del Proyecto - Inversionista.....	146
4.3.2.1. Criterios de Evaluación .....	146

4.3.2.2. Valor Actual Neto (VAN) .....	146
4.3.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	148
4.3.2.4. Relación Beneficio / Costo .....	152
4.3.2.5. Período de Recuperación de la Inversión .....	154
4.3.2.6. Análisis de Sensibilidad.....	155
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>154</b>
5.1. Conclusiones .....	158
5.2. Recomendaciones .....	160
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>161</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>163</b>

## vii. LISTADOS DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Segmentación de Mercado .....	24
Tabla 2: Segmento Objetivo.....	25
Tabla 3: Planteamiento de la Matriz de Cuestionario.....	29
Tabla 4: Matriz de Codificación .....	39
Tabla 5: Ministerios.....	46
Tabla 6: Número de Aseguradoras .....	48
Tabla 7: Pregunta 1 .....	50
Tabla 8: Pregunta 2 .....	51
Tabla 9: Pregunta 3 .....	53
Tabla 10: Pregunta 4 .....	54
Tabla 11: Pregunta 5 .....	56
Tabla 12: Pregunta 6 .....	57
Tabla 13: Pregunta 7 .....	58
Tabla 14: Pregunta 8 .....	59
Tabla 15: Pregunta 9 .....	60
Tabla 16: Pregunta 10 .....	61
Tabla 17: Pregunta 11 .....	62
Tabla 18: Pregunta 12 .....	64
Tabla 19: Pregunta 13 .....	67
Tabla 20: Nivel de Ingresos y Precios.....	71
Tabla 21: Demanda Actual del Servicio.....	73
Tabla 22: Proyección de la Demanda.....	75
Tabla 23: Oferta Actual.....	79
Tabla 24: Proyección de la Oferta.....	81
Tabla 25: Demanda Insatisfecha.....	82
Tabla 26: El Mercado - D.I. ....	86
Tabla 27: Capacidad de Producción .....	89
Tabla 28: Matriz Locacional .....	93
Tabla 29: Requerimiento de Recurso Humano.....	98
Tabla 30: Requerimiento de Equipos.....	99
Tabla 31: Requerimiento de Muebles de Oficina.....	99
Tabla 32: Requerimiento de Útiles de Oficina.....	100
Tabla 33: Requerimiento de Servicios Básicos.....	100
Tabla 36: Requerimiento de Gasto Ventas .....	101
Tabla 34: Requerimiento de Gasto Arriendo.....	101
Tabla 35: Requerimiento de Material de Limpieza .....	101
Tabla 37: Requerimiento de Activo Diferido.....	102
Tabla 38: Inversiones .....	102
Tabla 39: Calendario de Ejecución del Proyecto .....	104
Tabla 40: CIIU .....	107

Tabla 41: Presupuesto de Inversión.....	124
Tabla 42: Presupuesto de Activos Fijos.....	125
Tabla 43: Depreciación de Activo Fijo.....	126
Tabla 44: Mantenimiento de Activo.....	127
Tabla 45: Activos Intangibles.....	128
Tabla 46: Amortización Activo Diferido.....	128
Tabla 48: Cronograma de Inversiones.....	130
Tabla 47: Capital de Trabajo.....	130
Tabla 49: D.I. - Presupuestos de Operación.....	131
Tabla 50: Presupuesto de Ingreso.....	131
Tabla 51: Presupuestos de Egresos Con Financiamiento.....	132
Tabla 52: Presupuestos de Egresos Sin Financiamiento.....	133
Tabla 53: Estado de Origen y Aplicación de Recursos.....	134
Tabla 54: Estructura de Financiamiento.....	135
Tabla 55: Amortización.....	136
Tabla 56: Clasificación de los Costos.....	137
Tabla 57: Estado de Resultados Proyectados Sin Financiamiento.....	140
Tabla 58: Flujo Neto de Fondos Sin Financiamiento.....	141
Tabla 59: Tabla de Beneficios Netos del Proyecto.....	142
Tabla 60: Estado de Resultados Proyectado Con Financiamiento.....	142
Tabla 61: Flujo Neto de Fondos Con Financiamiento.....	143
Tabla 62: Tabla de Beneficios Netos del Inversionista.....	144
Tabla 63: TMAR Sin Financiamiento.....	145
Tabla 64: TMAR Con Financiamiento.....	145
Tabla 65: VAN Sin Financiamiento.....	147
Tabla 66: VAN Con Financiamiento.....	148
Tabla 67: TIR Sin Financiamiento.....	149
Tabla 68: Reemplazo de la TIR con la fórmula del VAN.....	150
Tabla 69: TIR Con Financiamiento.....	150
Tabla 70: Reemplazo de la TIR con la fórmula del VAN.....	151
Tabla 71: Relación B/C Sin Financiamiento.....	153
Tabla 72: Relación B/C Con Financiamiento.....	153
Tabla 73: Periodo de Recuperación de la Inversión Sin Financiamiento.....	154
Tabla 74: Período de Recuperación de la Inversión Con Financiamiento...	155
Tabla 75: Análisis de Sensibilidad Con Financiamiento.....	156
Tabla 76: Análisis de Sensibilidad Sin Financiamiento.....	156

## viii. LISTADOS DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Identificación del Servicio.....	10
Ilustración 2: Identificación de Nuestros Clientes .....	13
Ilustración 3: Segmentación Geográfica.....	23
Ilustración 4: Clasificación por Tipo de Empresa.....	24
Ilustración 5: Ministerios.....	47
Ilustración 6: Aseguradoras .....	49
Ilustración 7: Pregunta 1.....	50
Ilustración 8: Pregunta 2.....	52
Ilustración 9: Pregunta 3.....	53
Ilustración 10: Pregunta 4 .....	54
Ilustración 11: Pregunta 5 .....	56
Ilustración 12: Pregunta 6 .....	57
Ilustración 13: Pregunta 7 .....	58
Ilustración 14: Pregunta 8 .....	59
Ilustración 15: Pregunta 9 .....	60
Ilustración 16: Pregunta 10 .....	62
Ilustración 17: Pregunta 11 .....	63
Ilustración 18: Pregunta 12 .....	64
Ilustración 19: Pregunta 13 .....	67
Ilustración 20: Demanda Actual del Servicio.....	73
Ilustración 21: Mapa de Pichincha.....	90
Ilustración 22 : Plano de la Microlocalización.....	95
Ilustración 23: Diagrama de Flujo.....	97
Ilustración 24: Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo .....	103
Ilustración 25: Punto de Equilibrio .....	139

## ix. LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1: Constitución de Compañías de Responsabilidad Limitada .....	163
Anexo 2: Figuras Legales para Creación de Empresas.....	170
Anexo 3: Tabla de Impuesto a la Renta.....	171
Anexo 4: Escala Salarial Senres .....	172
Anexo 5: Procesamiento de Información (SPSS).....	173
Anexo 6: Características de Crédito.....	177
Anexo 7: Cálculo del VAN con 2 Escenarios .....	178

## x. RESUMEN

Con la realización de este estudio se busca determinar las oportunidades de la creación de una empresa de Servicios de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito. Para lo cual se lleva a cabo un estudio de mercado que determine la viabilidad del proyecto.

El primer paso es conocer el comportamiento del sector en el cual se va a radicar la empresa y así determinar las oportunidades potenciales para la prestación del servicio. Una vez realizado este proceso, será necesario conocer las necesidades de los clientes mediante la realización de una encuesta a una muestra representativa de empresas Aseguradoras y Ministerios que funcionan en el Distrito Metropolitano de Quito, de la cual se obtienen los siguientes resultados:

### CUADRO DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
<i>2010</i>	<i>206 Eventos</i>	<i>7 Eventos</i>	<i>199 Eventos</i>
<i>2011</i>	<i>211 Eventos</i>	<i>7 Eventos</i>	<i>204 Eventos</i>
<i>2012</i>	<i>215 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>207 Eventos</i>
<i>2013</i>	<i>220 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>212 Eventos</i>
<i>2014</i>	<i>225 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>217 Eventos</i>

Por lo cual podemos concluir existe una cuota de demanda insatisfecha que permite promover la creación de la empresa.

Luego de determinar la viabilidad de creación de la empresa, es necesario analizar los aspectos técnicos que requiere su implantación, tales como Requerimientos y Disponibilidad de Recursos, ya que la compañía para ofrecer un Servicio de Excelencia como se espera, la empresa de Proactividad deberá contar con un equipo de capacitadores profesionales Nacionales y Extranjeros, con especializaciones en Ética Profesional, Liderazgo, Relaciones Humanas, Superación Personal y Motivación. En cuanto a la Macro Localización para la ubicación del proyecto se determinó que la misma se encontrará ubicada en la ciudad de Quito, debido a que de acuerdo a un análisis previo se determinó que no existe competencia en el sector, además la ciudad de Quito, es una ciudad de gran desarrollo comercial en los últimos años; y con respecto a la Micro Localización, se analizó bajo criterios de selección, y como alternativa óptima para la ubicación de la Empresa de Proactividad se ha elegido en el Distrito Metropolitano de Quito Sector Norte (10de Agosto y Colón ) y finalmente se determinó la Ingeniería del Proceso de Servicio, donde dicho proceso del Servicio de Proactividad es una actividad conjunta del capacitador y del cliente destinada a resolver un problema concreto y a aplicar los cambios deseados en la organización del cliente, esto con el objetivo de encontrar el tamaño óptimo de la empresa que nos permita garantizar su correcto funcionamiento durante el horizonte del proyecto.

Una vez que se ha determinado la factibilidad del proyecto mediante el Estudio Técnico, se procede a desarrollar el aspecto organizacional de la empresa donde se definió que la empresa de Proactividad se constituyera como Compañía de Responsabilidad Limitada, definimos un nombre para la empresa la misma que se la denominó “Vive Proactivo Cia. Ltda.” y se analizó la estructura departamental, conformada por un Nivel Ejecutivo como

es la Gerencia General y un Nivel Operacional que se encuentra conformada por el Departamento de Capacitación, la misma cuenta con responsabilidades asignadas para cada uno de los integrantes de la empresa, contando a su vez con un contador externo.

Por último, se realiza un análisis financiero de los flujos del proyecto en base a indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), el mismo que resultó ser de \$38.495,58 ; es decir es mayor que 0, por lo que es recomendable ejecutar el proyecto, adicionalmente se analizó la Tasa Interna de Retorno (TIR), la misma que supera la TMAR Global del 15,24%; la Relación Beneficio / Costo, resulto ser que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0,19 dólares (diecinueve centavos de dólar) y el Período de Recuperación de la Inversión será en 1 año 2 meses

Una vez realizado el análisis respectivo de aquellos aspectos que conforman la creación de una empresa podemos decir que las mismas indican que el proyecto es rentable y por lo tanto debe ser ejecutado inmediatamente bajo las condiciones de mercado actuales.

## xi. SUMMARY

With the realization of this study it is looked for to determine the opportunities of the creation of a company of Services of Proactividad in the Metropolitan District of Quito. For that which is carried out a market study that determines the viability of the project.

The first step is to know the behavior of the sector in which the company will reside and this way to determine the potential opportunities for the benefit of the service. Once carried out this process, will be necessary to know the necessities of the clients by means of the realization from a survey to a representative sample of companies Insurance companies and Ministries that work in the Metropolitan District of Quito, of which the following results are obtained:

### SQUARE OF PROJECTION OF THE UNSATISFIED DEMAND

YEAR	DEMAND	OFFER	UNMET DEMAND
<i>2010</i>	<i>206 Eventos</i>	<i>7 Eventos</i>	<i>199 Eventos</i>
<i>2011</i>	<i>211 Eventos</i>	<i>7 Eventos</i>	<i>204 Eventos</i>
<i>2012</i>	<i>215 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>207 Eventos</i>
<i>2013</i>	<i>220 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>212 Eventos</i>
<i>2014</i>	<i>225 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>217 Eventos</i>

Reason why we can conclude a quota of unsatisfied demand that allows to promote the creation of the company exists.

After determining the viability of creation of the company, it is necessary to analyze the technical aspects that it requires their installation, such as

Requirements and Readiness of Resources, since the company to offer a Service of Excellency like one waits, the company of Proactividad will have a team of National and Foreign trainers professional, with specializations in Professional Ethics, Leadership, Human Relationships, Overcoming Personal and Motivation. As for the Macro Localization for the location of the project was determined that the same one will be located in the city of Quito, because according to a previous analysis it was determined that competition doesn't exist in the sector, also the city of Quito, it is a city of great commercial development in the last years; and with regard to the Micro Localization, it was analyzed low selection approaches, and as good alternative for the location of the Company of Proactividad has been chosen in the Metropolitan District of Quito North Sector (10de August and Columbus) and finally the Engineering of the Process of Service was determined, where this process of the Service of Proactividad is a combined activity of the trainer and of the client dedicated to solve a concrete problem and to apply the changes wanted in the client's organization, this with the objective of finding the good size of the company that allows us to guarantee its correct operation during the horizon of the project.

Once the feasibility of the project has been determined by means of the Technical Study, you proceeds to develop the organizational aspect of the company where he/she was defined that the company of Proactividad was constituted as Company of Limited Responsibility, we define a name for the company the same one that denominated it to him "Vive Proactivo. Cía. Ltda." and the departmental structure was analyzed, conformed by an Executive Level as it is the General Management and an Operational Level that it is conformed by the Department of Training, the same bill with responsibilities

assigned for each one of the members of the company, having an external accountant in turn.

Lastly, he/she is carried out a financial analysis of the flows of the project based on financial indicators as the Net Current Value (VAN), the same one that turned out to be of \$38.495,58; that is to say it is bigger than 0, for what is advisable to execute the project, the Internal Rate of Return was analyzed additionally (TIR), the same that overcomes the Global TMAR 15.24%, the Relationship Benefit / Cost, proved that for every dollar invested yields a profit of \$ 0.19 dollars (nineteen cents on the dollar) and Period of Return on Investment will be in 1 year 2 months.

Once carried out the respective analysis of those aspects that conform the creation of a company can say that the same ones indicate that the project is profitable and therefore it should be executed immediately low the current market conditions.

## xii. OBJETIVOS DEL PROYECTO:

### OBJETIVO GENERAL:

- Determinar las oportunidades para la ejecución del Proyecto de creación de una empresa de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, para lo cual se han identificado los siguientes objetivos específicos:

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar el mercado meta al cual se van a dirigir los servicios de la empresa de Proactividad, mediante la realización de un estudio de mercado que determine la viabilidad para la creación de una empresa de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Determinar la factibilidad de ejecución del proyecto en base a la disponibilidad de recursos y el tamaño óptimo que debe tener la empresa para que pueda ponerse en marcha, así como su localización y estructura.
- Verificar la rentabilidad del proyecto en base a la obtención de Indicadores Financieros que nos permitan evaluar si el proyecto va a ser rentable de acuerdo a las características actuales del mercado.

# CAPÍTULO I

## ESTUDIO DE MERCADO

"El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado."<sup>1</sup>

### 1.1.- Objetivos del Estudio de Mercado

#### û OBJETIVO GENERAL:

Identificar el mercado meta al cual se van a dirigir los servicios de la empresa de Proactividad mediante la realización de un estudio de mercado que determine la viabilidad para la creación de este tipo de empresa de Servicios en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### û OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

##### ➔ El Cliente

- § Conocer sus motivaciones por la capacitación
- § Determinar sus hábitos de Capacitación
- § Conocer sus opiniones sobre nuestro servicio y los de la competencia.
- § Establecer su aceptación de precio, preferencias, etc.

##### ➔ El Servicio

- § Conocer su aceptación.

---

<sup>1</sup> <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ESTUDIO>

## ➔ El Mercado

- § Establecer estudios sobre cobertura de nuestro servicio a nivel de Funcionarios Públicos y Empresarios
- § Determinar el número de Funcionarios y Empresarios en el Distrito Metropolitano de Quito

### 1.2.- Identificación del Servicio

“PROACTIVIDAD la actividad destinada a estudiar y poner en marcha planes destinados a anticiparse a las necesidades futuras, sometiendo constantemente a estos planes a un análisis crítico riguroso, de modo que permitan abortar cuanto antes aquellas acciones emprendidas que se demuestren que no llevan a ninguna parte.”<sup>2</sup>

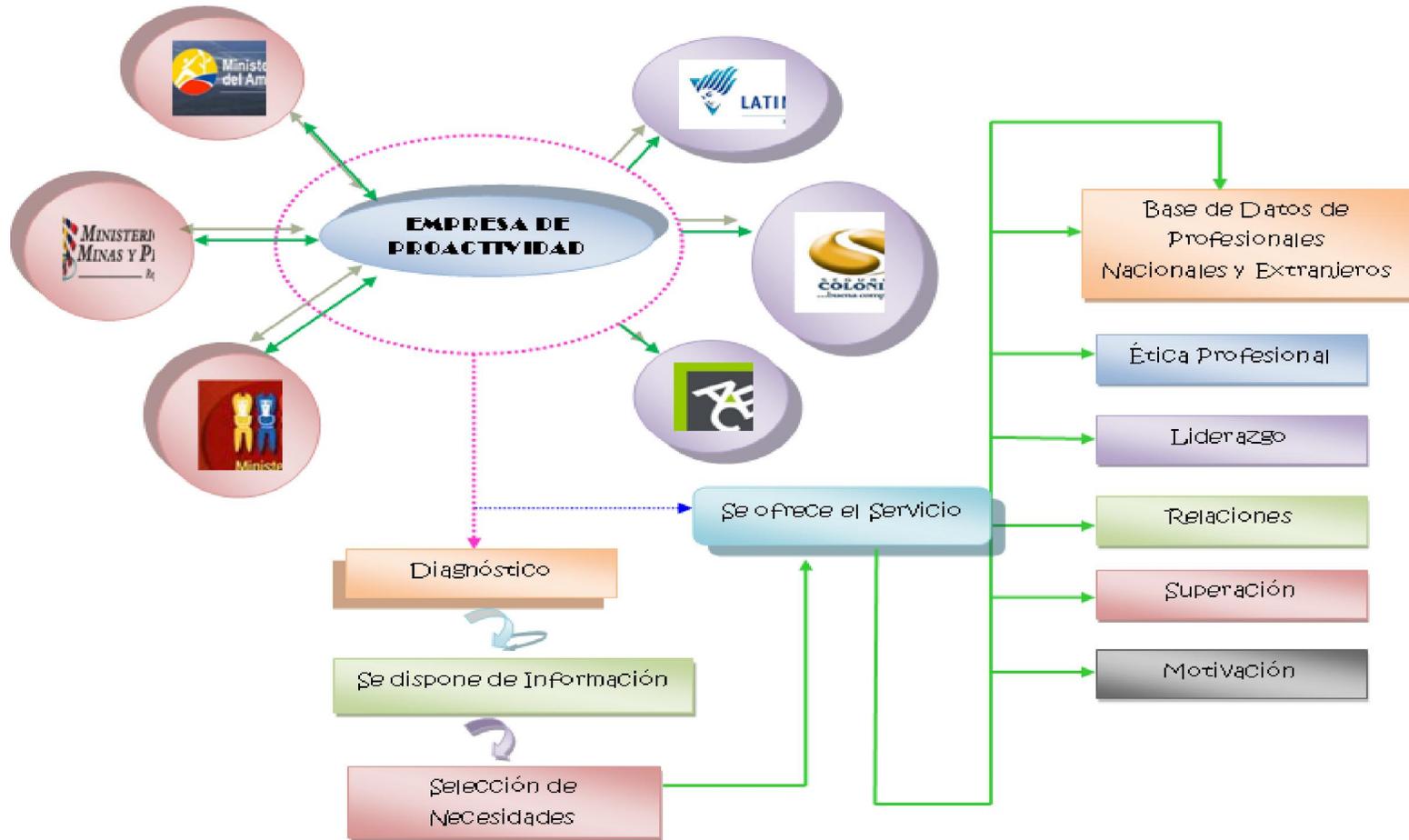
La empresa de proactividad ofrecerá cursos de capacitación de desarrollo humano, a Ministerios y a Empresas Aseguradoras, donde las mismas tendrán un contacto vía email para tener un diagnóstico de las mismas e inmediatamente proceder a la selección de necesidades y brindarles el servicio de proactividad , previa a la obtención de una base de datos de profesionales Nacionales y Extranjeros, con especializaciones en Ética Profesional, Liderazgo, Relaciones Humanas, Superación Personal y Motivación.

Los clientes tendrán la opción de acercarse a nuestra empresa a capacitarse o nosotros capacitarles en su propia empresa, la empresa contará con aulas para un máximo de 20 personas, donde la duración del curso será de aproximadamente dos semanas de acuerdo a las necesidades y al número de participantes, donde los clientes estarán sujetos a técnicas que les ayudarán a ser líderes responsables dentro de la sociedad. *Ver Gráfico #1*

---

<sup>2</sup> <http://www.laflecha.net/articulos/ciencia/proactividad/>

Ilustración 1: Identificación del Servicio



ELABORADO POR: Tania Jácome

Gracias a dichas técnicas el cliente podrá experimentar las diversas confrontaciones que con la actitud particular del entrenador se generan al inicio del taller. Sin previo conocimiento del entrenador, el grupo participa de la apertura y encuadre del seminario revisando inicialmente aquellos aspectos que se relacionan con las creencias, el auto concepto y la auto-evaluación

Todo esto, a través de un proceso de participación incidental donde se insista en un comportamiento honesto, responsable y espontáneo.

La modalidad de estrategia de aprendizaje implica procesos de presión intra-grupal, donde la presentación de estados catárticos son la parte medular de lograr nuevas formas de actuar, sentir y pensar, permitiendo la expresión del yo auténtico, en un marco de respeto y de absoluta confidencialidad.

- § El cliente tendrá acceso a técnicas modernas de auto control las cuales le permitirán conocerse de una mejor manera, indagar en las partes positivas como ser humano tener la capacidad de conseguir metas en común, trabajando en equipo.
- § Los clientes tendrán la posibilidad de vivir experiencias, que transformarán el área de desarrollo humano, y de esta manera hacer de ellos líderes responsables que generen resultados dentro de la empresa.
- § El cliente se encontrará sujeto a una atención constante por parte del conferencista, hasta alcanzar el desarrollo personal deseado siempre y cuando el mismo lo permita
- § El cliente entrará en un proceso de participación incidental donde se insista en un comportamiento honesto, responsable y espontáneo.

Los cursos serán dados a conocer mediante medios de comunicación ofreciendo seminarios y/o capacitación de manera presencial a horarios flexibles y programables por los clientes.

El cronograma de los programas están diseñados de la siguiente manera:

Los clientes el primer día tendrán la inducción correspondiente, donde conocerán a los instructores, los programas a tratarse en cada sesión y la metodología a utilizarse en cada tema que se desarrollara.

Los programas del curso, se detallan a continuación:

1. El Liderazgo realmente efectivo
2. Cualidades del Líder Actual & Futuro
3. Los retos que afronta el Líder
4. Cómo liderar efectivamente equipos de trabajo
5. Liderazgo de Excelencia
6. 10 pasos para identificar un Líder
7. Potenciamiento del pensamiento futurista y progresista
8. Perfeccionamiento del Ser
9. Liderazgo Toma de decisión y Trabajo en equipo.
10. El éxito
11. Cómo se logra
12. Ganadores vs. Perdedores
13. Autoestima y Autoconcepto
14. Cómo ser positivo y Crecer interiormente
15. Los valores humanos
16. Crecimiento personal en nuestro entorno social

A la empresa de Proactividad, le interesa la satisfacción de los clientes, en cuanto a la calidad de sus capacitaciones, adicional a esto, la empresa se mantendrá en contacto con los clientes para realizar un seguimiento periódico, y de esta forma conocer los resultados y efectos de la capacitación impartida; y de esta manera conseguir un mejoramiento continuo en base al feedback que recibimos del cliente y de las necesidades que el mercado actual exige cada vez más, es decir la empresa de Proactividad se mantendrá en constantes actualizaciones en cuanto a la metodología a aplicarse.

**Ilustración 2: Identificación de Nuestros Clientes**





14. *Ministerio de Finanzas*

15. *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*

16. *Ministerios de Inclusión Económica y Social*

17. *Ministerios de Economía y Finanzas*

18. *Ministerio de Defensa Nacional*

19. *Ministerio de Gobierno y Policía*

20. *Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración*

21. *Ministerio de Educación*

22. *Ministerio de Salud Pública*

23. *Ministerio de Trabajo y Empleo*

24. *Ministerio de Energía y Minas*



19. *Seguros Colón S. A.*

20. *Seguros Colonial*

21. *Seguros del Pichincha S. A.*

22. *Seguros Equinoccial S. A.*

23. *Seguros Olympus S. A.*

24. *Seguros Oriente*

25. *Seguros Sucre S. A.*

26. *Seguros Constitución*

27. *Seguros Unidos*

28. *Seguros Mafre/Atlas*

29. *BMI Companies*

30. *Panamericana Cía de Seguros y Reaseguros*

ELABORADO POR: Tania Jácome  
ANEXO No 1

### 1.3.- Características del Servicio

#### 1.3.1.- Clasificación por su Uso/Efecto

➔ **Por su Uso:**

Los bienes se clasifican en:

"Bienes de Consumo: Son todos aquellos bienes que sufren un proceso de creación y hechos para satisfacer las necesidades de los consumidores finales."<sup>3</sup>

"Bienes Intermedios: Los llaman bienes intermedios porque le sirven a los consumidores finales de forma indirecta en la satisfacción de sus necesidades, porque están presentes en las etapas intermedias de creación de los productos (Insumos, materias primas)."<sup>4</sup>

"Bienes de Capital: Son todos aquellos bienes que son utilizados para producir otros bienes, y no le dan ningún tipo de satisfacción al consumidor final. Entre estos bienes se encuentran la maquinaria y equipo utilizados en la fabricación de otros bienes o servicios: Esta es la demanda de la industria y de otras empresas."<sup>5</sup>

### ☺ *Por su Uso: se clasifica en "Servicio Final"*

El servicio que vamos a ofrecer (Proactividad), por su uso se clasifica en Servicio Final, dado que satisfeceremos la demanda de todos nuestros clientes con capacitaciones, donde se busca que los empresarios y funcionarios asuman la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan teniendo libertad de elegir su propia actitud frente a las circunstancias que se presenten en el ámbito laboral.

### ➡ Por su Efecto:

Los bienes se clasifican en:

"Bienes o servicios que se demandan durante todo el año: Alimentos básicos: pan, tortillas, leche etc."<sup>6</sup>

"Bienes cuya demanda es estacional y depende de cuestiones culturales, comerciales o climáticas: frutas de estación, los regalos de épocas navideñas o los impermeables en épocas de lluvia."<sup>7</sup>

"Bienes de demanda irregular: no obedecen a ninguno de los factores antes descritos."<sup>8</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.agimmobilier.com/resource-center/glosario-economico.htm#B>

<sup>4</sup> <http://www.agimmobilier.com/resource-center/glosario-economico.htm#B>

<sup>5</sup> <http://www.agimmobilier.com/resource-center/glosario-economico.htm#B>

<sup>6</sup> [http://www.trabajo.com.mx/analisis\\_e\\_investigacion\\_de\\_mercado.htm](http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm)

<sup>7</sup> [http://www.trabajo.com.mx/analisis\\_e\\_investigacion\\_de\\_mercado.htm](http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm)

<sup>8</sup> [http://www.trabajo.com.mx/analisis\\_e\\_investigacion\\_de\\_mercado.htm](http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm)

### *Por su Efecto: se clasifica en "Servicio Innovador"*

Por su efecto se clasifica en un Servicio Innovador, dado que no se conoce que exista un proyecto que impulse a los empresarios y funcionarios para que ellos tomen la iniciativa, emprendan la acción y hagan que las situaciones sucedan, es decir que los colaboradores de la empresa asuman la responsabilidad de hacer que las cosas acontezcan, decidir en cada momento lo que quieran hacer y cómo lo van a hacer. Ya que la implementación de este proyecto será de ejemplo para el resto de empresarios, para que puedan hacer que los colaboradores de una empresa pongan en marcha planes destinados a anticiparse a las necesidades futuras.

## **1.3.2.- Servicios Sustitutos / Complementarios**

### *Servicios Sustitutos*

"Un servicio sustituto es aquel que satisface necesidades similares, por esta razón puede reemplazar al servicio que presta una Empresa."<sup>9</sup>

Para el presente proyecto se tendrá como servicio sustituto los cursos de motivación ya existentes en el mercado.

### *Servicios Complementarios*

"Servicios Complementarios son aquellos que tienden a utilizarse en conjunto y que optimizan la utilización del Servicio primario, en este caso, al ofrecer servicios de Consultoría a las empresas se pueden identificar algunos servicios adicionales que complementen el trabajo o el campo de acción de la empresa."<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> SACHS, Jeffrey D. y LARRAÍN, Felipe B., Macroeconomía en la economía mundial, Prentice Hall, 1994.

<sup>10</sup> SACHS, Jeffrey D. y LARRAÍN, Felipe B., Macroeconomía en la economía mundial, Prentice Hall, 1994.

Para la Empresa de Proactividad, se tendría como servicio complementario un ensayo en vivo en el lugar de trabajo.

### 1.3.3.- Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial

Para un correcto funcionamiento de la Empresa de Proactividad, se registrará por las leyes y códigos vigentes, dentro del territorio Ecuatoriano. Se sujetará a todas las leyes, reglamentos, disposiciones, ordenanzas municipales, cuerpo de bomberos, previa a la ejecución del presente estudio.

#### ***NORMATIVIDAD COMERCIAL***

En este punto se analizarán los requisitos necesarios para el establecimiento de la Empresa de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, según el tipo de compañía que se considere para el efecto:

- ***NORMAS DE SUPERINTENCIA DE COMPAÑÍAS:*** Ley de Compañías: Compañía de Responsabilidad Limitada (ANEXO 1) (ANEXO 2)
- ***NORMATIVA DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS:*** La empresa de Proactividad deberá cumplir con las normas y reglamentos competentes de la Ley del Régimen Tributario Interno, estipulados por el SRI y presentar sus declaraciones según corresponda. (ANEXO 3)
- ***NORMATIVA DEL CUERPO DE BOMBEROS:*** Así también la empresa deberá cumplir con la normativa del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, según los artículos pertinentes.

## 1.4.- Investigación de Mercado

“La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes”<sup>11</sup>.

En otras palabras, el estudio de mercado es un método que le ayuda a conocer sus clientes actuales y a los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado.

### 1.4.1.- Metodología de la Investigación

Existen varios tipos o metodologías de investigación para realizar el levantamiento de información, las principales son:

#### ➤ Investigación Cualitativa

“La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.”<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: <http://www.monografias.com>

<sup>12</sup> <http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa.shtml#invest>

## ➔ Investigación Cuantitativa

“La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.”<sup>13</sup>

Ⓢ **Investigación Exploratoria:** “Es la que pretende darnos una visión general de tipo aproximado respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aun, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de ciertas generalidad”.<sup>14</sup>

Ⓢ **Investigación Descriptiva:** “Pretende describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”.<sup>15</sup>

Ⓢ **Investigación Documental:** “Es la investigación que es realizada en los distintos tipos de escrituras tales como libros, revistas entre otras”.<sup>16</sup>

Para el presente estudio se utilizará la metodología de investigación descriptiva, donde el esquema de la investigación será de campo, ya que mediante esta técnica se podrá recolectar datos directamente de los investigados, sin que estos sean manipulados y en base a estos resultados obtenidos tomar decisiones.

---

<sup>13</sup> [http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion\\_cualitativa2.shtml#invcuant](http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion_cualitativa2.shtml#invcuant)

<sup>14</sup> PROCESO DE INVESTIGACIÓN: [www.wikilearning.com/monografias/tipos\\_de\\_investigacion](http://www.wikilearning.com/monografias/tipos_de_investigacion)

<sup>15</sup> PROCESO DE INVESTIGACIÓN: [www.wikilearning.com/monografias/tipos\\_de\\_investigacion](http://www.wikilearning.com/monografias/tipos_de_investigacion)

<sup>16</sup> PROCESO DE INVESTIGACIÓN: [www.wikilearning.com/monografias/tipos\\_de\\_investigacion](http://www.wikilearning.com/monografias/tipos_de_investigacion)

## û Fuentes de Información

### - Fuentes Primarias

"Son aquellas que se obtienen del campo, mediante un trabajo elaborado y técnicas específicas"<sup>17</sup>.

En este punto tendremos como principal fuente de información a la encuesta que se realizará para el estudio de mercado, mientras que como apoyo tendremos a la observación como fuente de información.

A continuación se detalla las principales Fuentes Primarias:

§ Las encuestas

§ Observaciones directas

§ Las entrevistas serán parte del proyecto

*Las técnicas que se empleará en la investigación es:*

## û ENCUESTAS FOCALES

El método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados el cual está diseñado para obtener información específica.

El método a aplicar en nuestro caso es el Método Personal, especialmente a empresas del Distrito Metropolitano de Quito, debido a que los empresarios y funcionarios de las mismas serán quienes asistan a las capacitaciones de proactividad, de esta manera los resultados pueden ser proyectados con seguridad .

En estas empresas se realizará la encuesta la cual será llenada con la participación de las dos personas (encuestador, y encuestado)

---

<sup>17</sup> **Caldas Molina, Marco**; "Preparación y Evaluación de Proyectos".

Para preparar la verdadera encuesta se realizará encuestas piloto, lo que se busca es tener criterios para rediseñar la encuesta final y proceder a aplicarlo con éxito al tamaño de muestra calculado.

Es necesario que se apliquen las encuestas a las personas que están directamente relacionadas con la demanda y el mercado, para tener un panorama claro del mismo.

Las ventajas de esta técnica son bajos costos, mayor rapidez en la obtención de resultados, facilita la identificación de estándares de consumo, la distribución de los clientes y la fijación de precios que se pagan por los servicios de la competencia.

#### - Fuentes Secundarias

"Son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad que no tiene porqué coincidir con la nuestra. Podemos distinguir entre Estadísticas y Metodológicas".<sup>18</sup>

Los datos secundarios son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido elegidos y procesados por otros investigadores, también sirve como fuente de datos comparativos mediante la cual pueden interpretarse y evaluarse los datos primarios.

Dentro de las más importantes fuentes de información secundarias tendremos las estadísticas que provee el INEC, la información disponible en BCE, CIUU, y entre las más empleadas:

§ *Textos*

§ *Revistas*

§ *Documentos*

---

<sup>18</sup> FUENTES SECUNDARIAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN:  
[www.uv.es/cim/itm\\_itm/descarga/IM%20Tema03.pdf](http://www.uv.es/cim/itm_itm/descarga/IM%20Tema03.pdf)

§ *Prensa*

§ *Boletines Estadísticos*

§ *La Internet: será de gran ayuda al momento de conseguir información relevante sobre el proyecto.*

### 1.4.2.- Segmentación de Mercado

“La segmentación de mercado es una forma de buscar nuevas oportunidades en el mercado total a través del conocimiento real de los consumidores.”<sup>19</sup>

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.”<sup>20</sup>

Para realizar el Estudio de Mercado es necesario definir el segmento meta al cual van dirigidos los Servicios de la Empresa de Proactividad, para lo cual se requieren aplicar varios criterios de segmentación que definan concretamente el alcance que va a tener el estudio y que nos ayude a determinar las características fundamentales de los potenciales clientes de la empresa.

Se utilizarán los siguientes criterios de Segmentación:

#### *Segmentación Geográfica:*

“El mercado se divide según variables como país, región, ciudad, cantón, parroquia, etc., basándose en la idea de que las necesidades de los consumidores varían según el área geográfica donde viven”<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Fischer, Laura. Mercadotecnia. Mc. Graw Hill, 2003

<sup>20</sup> <http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>

<sup>21</sup> Mankiw Gregory; Principios de Economía, Tercera Edición, Mc Graw Hill-Interamericana, 2002

### Ilustración 3: Segmentación Geográfica



FUENTE: <http://www.in-quito.com/quito-pichincha-map.JPG>

La Segmentación Geográfica va a estar dada por:

#### *Segmentación Demográfica:*

“Consiste en dividir el mercado en grupos, a partir de variables como la edad, el sexo, los ingresos, la ocupación, la religión, la raza, y la nacionalidad.”<sup>22</sup>

Debido al enfoque de la empresa de Proactividad el mercado meta va a estar definido por las Aseguradoras y Ministerios del Distrito Metropolitano de Quito, de modo que para la realización del presente estudio la Segmentación Demográfica va a estar dada por variables tales como:

#### û TIPOS DE EMPRESA Y/O INSTITUCIONES PÚBLICAS:

Según el tipo de compañía, bajo la cual se encuentran constituidas las empresas aseguradoras y Ministerios del Distrito Metropolitano de Quito se pueden identificar los siguientes tipos:

<sup>22</sup> Tipos de  Mercado  y  segmentación  de Mercados: <http://www.monografias.com>

## Ilustración 4: Clasificación por Tipo de Empresa



FUENTE: Resumen Ejecutivo De La Inversión Societaria Quito 2007

### *Segmentación Conductual:*

“Consiste en la división del mercado en grupos según conocimientos, las actitudes, la utilización del producto o la respuesta frente a un determinado artículo”<sup>23</sup>

**Tabla 1: Matriz de Segmentación de Mercado**

<i>MATRIZ DE SEGMENTACION DE MERCADO</i>	
<b>GEOGRÁFICOS</b>	
<i>País:</i>	<i>Ecuador</i>
<i>Provincia:</i>	<i>Pichincha</i>
<i>Cantón:</i>	<i>Quito</i>
<i>Urbana-Rural</i>	<i>Urbana</i>
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	
<i>Ingresos:</i>	<i>Medio Alto y Alto</i>
<i>Género:</i>	<i>Masculino y Femenino</i>
<i>Ciclo de Vida:</i>	<i>Jóvenes - Adultos</i>

<sup>23</sup> <http://www.slideshare.net/guested374e/marketingsegmentacion-de-mercado-391404>

<i>Clase Social:</i>	<i>Media y Media Alta</i>
<b>CONDUCTUALES</b>	
<i>Beneficios Deseados:</i>	<i>Servicio de buena calidad</i>
	<i>Descuentos cuando sea necesario</i>
	<i>Mantener los planes de precios</i>
<i>Actitud ante el Servicio:</i>	<i>Ganarse la lealtad de los clientes</i>
<i>Tasa de Uso:</i>	<i>Mensual - Semestral - Anual</i>

ELABORADO POR: Tania Jácome

### 1.4.3.- Segmento Objetivo

Nuestro segmento objetivo son los Empresarios y Funcionarios de Ministerios y Empresas Aseguradoras del Distrito Metropolitano de Quito.

**Tabla 2: Segmento Objetivo**

<b>TIPOS DE EMPRESAS</b>	<b>No de CÍAS</b>	<b>REPRESENTA %</b>
<i>Aseguradoras</i>	30	0,56
<i>Ministerios</i>	24	0.44
<b>TOTAL EMPRESAS</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Levantamiento de Información Noviembre 2009

ELABORADO POR: Tania Jácome

### 1.4.4.- Tamaño del Universo

Es un universo finito debido a que podemos dar las características, y especialmente contabilizarlas.

El tamaño del universo está basado en la totalidad de Empresas Aseguradoras y Ministerios existentes en el Distrito Metropolitano de Quito.

De acuerdo a los criterios de segmentación aplicados y en base a información de la Superintendencia de Compañías y registros del Servicio de Rentas Internas del Distrito Metropolitano de Quito, se logró definir un universo de 54 empresas, las cuales cumplen con los criterios de segmentación descritos.

#### 1.4.5.- Prueba Piloto

Para la realización de la prueba piloto se utilizó la metodología de encuestas focales vía telefónica dirigidas a representantes de 10 Empresas (5 aseguradoras y 5 ministerios), mediante la formulación de una pregunta filtro que permita identificar la aceptación del Servicio de Proactividad.

Las empresas objeto de esta prueba piloto fueron seleccionadas aleatoriamente a partir de base de datos que constituye el Universo del Estudio

Las Empresas que fueron objeto de la Prueba Piloto son:

#### ASEGURADORAS



*Av. República del Salvador N34-211 y Moscú*  
[asegsur1@asegsur.com.ec](mailto:asegsur1@asegsur.com.ec)



*República del Salvador N 34-229 y Moscú  
[www.latinaseguros.com.ec](http://www.latinaseguros.com.ec)*



*Av. Brasil 293 y Antonio Granda Centeno. Ed. IACA, Piso 5  
[www.aig.com.ec](http://www.aig.com.ec)*



*Av. Eloy Alfaro N33-400 y Fernando Ayarza Esq*



*Av. Pablo Suárez y Antonio Navarro  
[www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)*

### MINISTERIOS



*Av. Eloy Alfaro y Amazonas. Ed. M.A.G. PISO 8  
[www.ministeriodelambiente.gov.ec](http://www.ministeriodelambiente.gov.ec)*



*Av. República del Salvador y Portugal  
[www.msp.gov.ec](http://www.msp.gov.ec)*



*Colón y Juan León Mera  
[www.ministeriodecultura.gov.ec](http://www.ministeriodecultura.gov.ec)*



*Barrio La Recoleta, Calle Exposición 208 Inter. Av. Maldonado  
[www.midena.gov.ec](http://www.midena.gov.ec)*



*Calle 10 de Agosto y Espejo  
[www.mies.gov.ec](http://www.mies.gov.ec)*

Tabla 3: Planteamiento de la Matriz de Cuestionario

Objetivos específicos	Variables genéricas	Variables específicas	Escala	Pregunta	Opciones de respuesta	Hipótesis	Observación
Definir las características de quiénes serían nuestros clientes.	Características	Nombre de la Empresa y/o Inst. Pública	Nominal	Nombre de la Empresa y/o Inst. Pública	Aseguradora Ministerio		
		Dirección de la Empresa y/o Inst. Pública	Nominal	Dirección de la Empresa y/o Inst. Pública	ABIERTA		
		Nombre del Entrevistado	Nominal	Nombre del Entrevistado	ABIERTA		
		Cargo	Nominal	Cargo	ABIERTA		
		Género	Nominal	Género	Masculino Femenino		
		Conocimiento	Nominal	Tiene conocimientos sobre cursos de proactividad	si o no		
Conocer sus motivaciones por la capacitación	Motivaciones	Razón Principal	Nominal	Cuál cree usted que es la razón principal para tomar un curso de proactividad	Actualizar conocimientos Especializarse en su área de trabajo Necesidades de la empresa Buscar un ascenso Incrementar los ingresos Buscar otro trabajo		
Conocer su grado de aceptación	Aceptación	Grado de Interés	Nominal	Qué grado de interés tendría este tipo de curso	Alto Medio Bajo		
Establecer los medios más adecuados a través de los cuales los clientes del Curso de Proactividad se informarán acerca de nuestras promociones	Medios	Prensa	Nominal	Que prensa lee usted con más frecuencia	ABIERTA		
		T.V	Nominal	Que canal de televisión ve ud con más frecuencia	ABIERTA		
		Radio	Nominal	Que emisora escucha usted con mayor frecuencia	ABIERTA		

La pregunta filtro utilizada para realización de esta Prueba Piloto fue:

*¿Le gustaría que en la Zona Centro del Distrito Metropolitano de Quito se implemente una empresa de proactividad?*

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
(E.S.P.E)**

*Buenos días soy estudiante de la ESPE, de la carrera de Ing. Comercial para la implementación y estudio de mercado eficiente de este proyecto, necesitamos de su colaboración*

**Objetivo:** “Determinar el grado de aceptación del servicio de proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, y estipular el grado de conocimiento que tienen los Empresarios y Funcionarios de Aseguradoras de los beneficios de este tipo de cursos”

**Nombre de la Empresa y/o Inst. Pública:**

**Dirección de la Empresa:**

**Nombre del Entrevistado:**

**Cargo:**

**Fecha:**

**Código:**

**Género**

Femenino

Masculino

***Instrucciones:***

Responda con sinceridad las siguientes preguntas.

Los resultados de la encuesta serán analizados con absoluta reserva

Señale con una X en el lugar que corresponda.

*1.- ¿Le gustaría que en la Zona Centro del Distrito Metropolitano de Quito se implemente una empresa de proactividad?*

SI  NO  Si su respuesta es NO la encuesta ha terminado

Donde el porcentaje de aceptación estará dado por las empresas cuya respuesta al sondeo haya sido positiva, es decir:

- $P = 9/10 = 0.90 \therefore 90\%$  de aceptación del servicio.
- $Q = 1/10 = 0.10 \therefore 10\%$  de no aceptación del servicio

La realización de la prueba piloto arrojó que de los 10 empresarios entrevistados, nueve de ellos están de acuerdo en la implementación de la empresa de proactividad, dicho en términos de porcentaje, tenemos que:

$$p = \frac{9}{10} = 0,9 \Rightarrow 90\%$$

$$q = \frac{1}{10} = 0,1 \Rightarrow 10\%$$

De acuerdo con estos resultados, los valores de p y q que se aplicarán para calcular el tamaño de muestra óptimo serán de 0,9 y 0,1 respectivamente.

#### 1.4.6.- Tamaño de la Muestra

Para realizar el cálculo del tamaño de muestra óptimo a aplicarse en la realización del presente estudio se utilizará la siguiente fórmula:

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

Donde:

û N = Tamaño del Universo = 54 Empresas.

û Z = Indicador del Nivel de Confianza, NC = 95%; Z = 1,96

û P = % de éxito = 0,9

û Q = % de fracaso = 0,1

û e = Error estimado = 5%

Dando como resultado n, que sería el tamaño óptimo de muestra para aplicar la encuesta.

$$n = \frac{54(1,96)^2 (0,9)(0,1)}{(0,05)^2 (54 - 1) + (1,96)^2 (0,9)(0,1)}$$

$$n = \frac{18.670176}{0.478244}$$

$$n = 39,04 \therefore 39$$

Dado que el tamaño de la muestra es muy pequeño, se trabajará con la totalidad de Empresas e Instituciones Públicas del Distrito Metropolitano de Quito (Aseguradoras y Ministerios), de modo que se procederá a realizar 54 encuestas.

### 1.4.7.- Diseño del Cuestionario

La aplicación de la encuesta tiene por objetivo determinar la viabilidad que tendrá la ejecución del proyecto de creación de una Empresa de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, el grado de aceptación para la propuesta de servicio y el margen de precios que están dispuestos a invertir los clientes potenciales.

#### *ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO (E.S.P.E)*

*Buenos días soy estudiante de la ESPE de 9no nivel Ing. Comercial para la implementación y estudio de mercado eficiente de este proyecto, necesitamos de su total colaboración.*

**Objetivo:** "Determinar el grado de aceptación del servicio de proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, y estipular el grado de conocimiento que tienen los Funcionarios y Empresarios de Aseguradoras de los beneficios de este tipo de cursos"

**Nombre de la Empresa y/o Inst. Pública:**

**Dirección de la Empresa:**

**Nombre del Entrevistado:**

**Cargo:**

**Fecha:**

**Código:**

**Género**

Femenino

Masculino

*Número de Ejecutivos y/o Empresarios:*

***Instrucciones:***

Responda con sinceridad las siguientes preguntas.

Los resultados de la encuesta serán analizados con absoluta reserva

Señale con una X en el lugar que corresponda.

***1.- ¿Tiene conocimiento sobre cursos de proactividad?***

SI  NO  Si la respuesta es SI, pase a la siguiente pregunta  
Si la respuesta es NO, continúe con la pregunta 7

***Instrucción:***

Escoja una sola alternativa.

***2.- ¿Ha recibido un curso de proactividad?***

SI  NO

Si la respuesta es SI indique el nombre de la persona y/u empresa  
Si la respuesta es NO, continúe con la pregunta 7

.....

***3.- ¿La capacitación que brindó aquella empresa fue?***

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular

**4.- ¿De la capacitación que usted recibió aplicó y/o contribuyó para un mejoramiento personal y de la empresa?**

SI  NO  Si la respuesta es SI

*El aporte de capacitación para la empresa fue:*

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular

**5.- ¿El tiempo de duración de este curso fue?**

- 1 Semana
- 2 Semanas
- 1 Mes
- + 1 Mes

**6.- ¿Por la capacitación recibida el precio tuvo un valor de?**

- \$250 - \$300
- \$350 - \$400
- + \$400

**7.- ¿Le gustaría capacitarse en un curso sobre proactividad?**

SI  NO  Si su respuesta es NO la encuesta ha terminado

**8.- ¿Cuál cree usted que es la razón principal para tomar un curso de proactividad?**

- Actualizar sus conocimientos
- Especializarse en su área de trabajo
- Necesidades de la empresa
- Buscar un ascenso
- Incrementar su ingreso
- Quiere buscar otro trabajo

**9.- ¿En qué lugar le gustaría que se imparta el curso?**

- En el lugar de trabajo
- Institución de capacitación
- Otro

Especifique.....

***Instrucción:***

Ordene de acuerdo a su preferencia del 1 – 3, siendo 1 el que más prefiere

**10.- ¿Qué beneficios cree usted que tendría al tomar este tipo de cursos?**

- Mejorar la calidad del servicio
- Promoción de puesto
- Mejorar sus ingresos

*11.- ¿Qué grado de interés tendría en este tipo de curso?*

- Alto
- Medio
- Bajo

***Instrucción:***

Escoja una sola alternativa.

*12.- ¿Qué días se adecuaría mejor a sus necesidades para acudir a los curso?*

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

*¿En qué horario está dispuesto a recibir el curso?*

- Vespertino
- Matutino
- Nocturno

*¿Número de horas por día?*

- 03 hrs x día
- 04 hrs x día
- 05 hrs x día
- 06 hrs x día
- todo el día

13.- *Con el fin de incrementar un mejoramiento y calidad del servicio interno y externo, ¿Cuántos eventos sugeriría que podrían seguir los funcionarios y/o empresarios con el fin de mantener una equidad de motivación?*

- Un curso al año
- Dos cursos al año
- Tres cursos al año

**Gracias por su Colaboración**

Tabla 4: Matriz de Codificación

Nº	Variable Específica	Pregunta	Tipo de Pregunta				Tipo de Variable		Escala	Opciones de Respuesta	Código	
			Abierta	Cerrada	Semi abierta	Múltiple	Numérica	Alfa numérica				
1	Nombre de la Empresa y/o Inst. Pública	Nombre de la Empresa y/o Inst. Pública		X				X	Intervalo	Aseguradora Ministerio	1 = Aseguradora 2 = Ministerio	
	Dirección de la Empresa y/o Inst. Pública	Dirección de la Empresa y/o Inst. Pública	X						Nominal			
	Nombre del Entrevistado	Nombre del Entrevistado	X						Nominal			
	Cargo	Cargo							X	Razón	Servidor Público de Servicios 1 \$478	1= Servidor Público de Servicios 1 \$478
											Servidor Público de Servicios 2 \$504	2= Servidor Público de Servicios 2 \$504
											Servidor Público de Apoyo 1 \$532	3 = Servidor Público de Apoyo 1 \$532
											Servidor Público de Apoyo 2 \$566	4 = Servidor Público de Apoyo 2 \$566
											Servidor Público de Apoyo 3 \$612	5 = Servidor Público de Apoyo 3 \$612
											Servidor Público de Apoyo 4 \$667	6 = Servidor Público de Apoyo 4 \$667
											Servidor Público 1 \$742	7 = Servidor Público 1 \$742
											Servidor Público 2 \$819	8 = Servidor Público 2 \$819
											Servidor Público 3 \$897	9 = Servidor Público 3 \$897
											Servidor Público 4 \$987	10 = Servidor Público 4 \$987
	Servidor Público 5 \$1102	11 = Servidor Público 5 \$1102										
Servidor Público 6 \$1286	12 = Servidor Público 6 \$1286											
Servidor Público 7 \$1523	13 = Servidor Público 7 \$1523											
Servidor Público 8 \$1600	14 = Servidor Público 8 \$1600											
Servidor Público 9 \$1850	15 = Servidor Público 9 \$1850											
Servidor Público 10 \$2100	16 = Servidor Público 10 \$2100											
Servidor Público 11 \$2250	17 = Servidor Público 11 \$2250											
Servidor Público 12 \$2400	18 = Servidor Público 12 \$2400											
Servidor Público 13 \$2700	19 = Servidor Público 13 \$2700											
Servidor Público 14 \$3220	20 = Servidor Público 14 \$3220											
<b>EJECUTIVOS</b>										<b>EJECUTIVOS</b>		
Director de Area \$2140	21 = Director de Area \$2140											
Asesor 5 \$1870	22 = Asesor 5 \$1870											
Asesor 4 \$2280	23 = Asesor 4 \$2280											
Asesor 2 \$3240	24 = Asesor 2 \$3240											
Subsecretario \$3935	25 = Subsecretario \$3935											
Ministro \$4830	26 = Ministro \$4830											
Femenino	1 = Femenino											
Masculino	2 = Masculino											
Género	Género		X					X	Nominal			

2	Conocimiento	Tiene conocimientos sobre cursos de proactividad	X				X	Nominal	SI	1 = SI	
									NO	2 = NO	
		Ha recibido un curso de proactividad	X					X	Nominal	SI	1 = SI
										NO	2 = NO
	Calificación	La capacitación que brindó aquella empresa fue			X			X	Intervalo	Excelente	1 = Excelente
										Muy Bueno	2 = Muy Bueno
										Bueno	3 = Bueno
Regular										4 = Regular	
Mejoramiento	De la capacitación que ud. Recibió aplicó y/o contribuyó para un mejoramiento personal y de la empresa	X					X	Nominal	SI	1 = SI	
									NO	2 = NO	
Aporte	El aporte de capacitación para la empresa fue			X			X	Intervalo	Excelente	1 = Excelente	
									Muy Bueno	2 = Muy Bueno	
									Bueno	3 = Bueno	
									Regular	4 = Regular	
Tiempo	El tiempo de duración de este curso fue			X			X	Intervalo	Una Semana	1 = Una Semana	
									Dos Semanas	2 = Dos Semanas	
									Un Mes	3 = Un Mes	
									más de un Mes	4 = Más de un Mes	
Precio	Por la capacitación recibida el precio tuvo un valor de			X			X	Razón	\$250 a \$300	1 = \$250 a \$300	
									\$350 a \$400	2 = \$350 a \$400	
									más de \$400	3 = más de \$400	

3	Gusto	Le gustaría capacitarse en un curso de proactividad		X				X	Nominal	SI	1 = SI
										NO	2 = NO
	Razones	Cuál cree ud, que es la razón principal para tomar un curso de proactividad				X		X	Nominal	Actualizar Conocimientos	1 = Actualizar Conocimientos
										Especializarse en su Área de Trabajo	2 = Especializarse en su Área de Trabajo
										Necesidades de la Empresa	3 = Necesidades de la Empresa
										Buscar un Ascenso	4 = Buscar un Ascenso
										Incrementar su Ingreso	5 = Incrementar su Ingreso
										Quiere buscar otro Trabajo	6 = Quiere buscar otro Trabajo
Lugar	En qué lugar le gustaría que se imparta el curso				X		X	Nominal	En el Lugar de Trabajo	1 = En el Lugar de Trabajo	
									Institución de Capacitación	2 = Institución de Capacitación	
									Otro	3 = Otro	
Beneficios	Qué beneficios cree ud, que tendría al tomar este tipo de curso				X		X	Nominal	Mejorar la Calidad del Servicio	1 = Mejorar la Calidad del Servicio	
									Promoción de Puesto	2 = Promoción de Puesto	
									Mejorar sus Ingresos	3 = Mejorar sus Ingresos	
Interés	Qué grado de interés tendría en este tipo de curso				X		X	Intervalo	Alto	1 = Alto	
									Medio	2 = Medio	
									Bajo	3 = Bajo	
Días	Qué días se adecuaría mejor a sus necesidades para acudir a los cursos				X		X	Intervalo	Lunes	1 = Lunes	
									Martes	2 = Martes	
									Miércoles	3 = Miércoles	
									Jueves	4 = Jueves	
									Viernes	5 = Viernes	
									Sábado	6 = Sábado	
									Domingo	7 = Domingo	
Horario	En qué horario le gustaría tomar el curso				X		X	Intervalo	Matutino	1 = Matutino	
									Vespertino	2 = Vespertino	
									Nocturno	3 = Nocturno	
Número de Horas	Número de horas por día				X		X	Razón	03 hrs x día	1 = 03 hrs x día	
									04 hrs x día	2 = 04 hrs x día	
									05 hrs x día	3 = 05 hrs x día	
									06 hrs x día	4 = 06 hrs x día	
									Todo el día	5 = Todo el día	
Eventos	Cuántos eventos sugeriría que podrían seguir los funcionarios y/o empresarios con el fin de mantener una equidad de motivación				X		X	Intervalo	Un curso al año	1 = Un curso al año	
									Dos cursos al año	2 = Dos cursos al año	
									Tres cursos al año	3 = Tres cursos al año	

La información que vamos a tratar en este proyecto la cual fue con una investigación de campo, a través de encuestas focales realizadas en el Distrito Metropolitano de Quito, para determinar el nivel de aceptación del Servicio de Proactividad, y el grado de conocimiento que tienen los clientes sobre este tipo de cursos, esta será tabulada a través del programa SPSS la cual es una herramienta muy indispensable para ahorrar tiempo y poder interpretar los datos.

Para realizar esta transcripción de datos, se utilizará la codificación anteriormente planteada en la “Matriz de Codificación”

#### **1.4.7.1- Procesamiento de la Información**

Para el procesamiento de la Información se lo realizará mediante el programa estadístico SPSS. **VER ANEXO No 5**

### 1.4.7.2.- Análisis de los Resultados

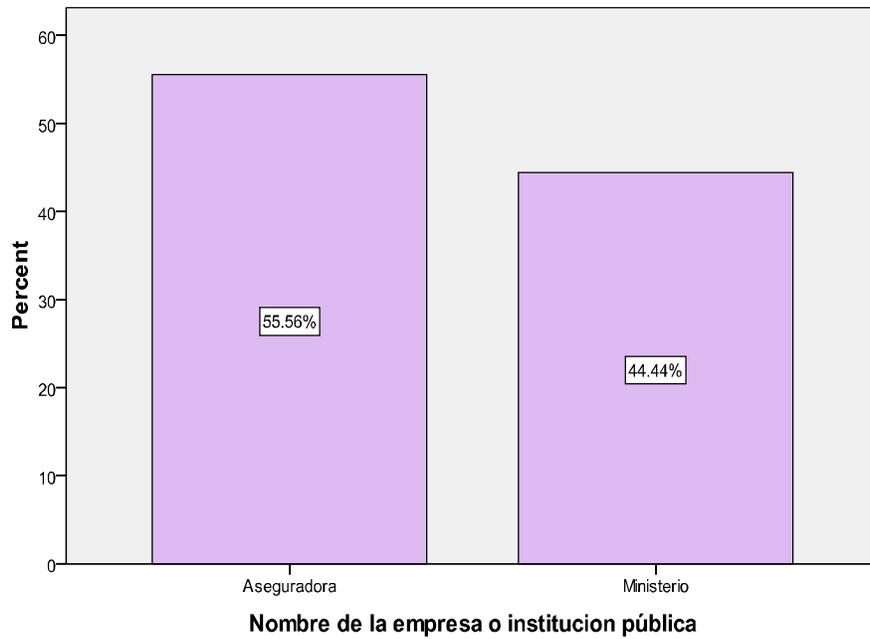
**CUADRO No 5**

**Nombre de la empresa o Institución Pública**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Aseguradora	30	55.6	55.6	55.6
Valid Ministerio	24	44.4	44.4	100.0
Total	54	100.0	100.0	

**GRÁFICO No 5**

**Nombre de la empresa o institucion pública**



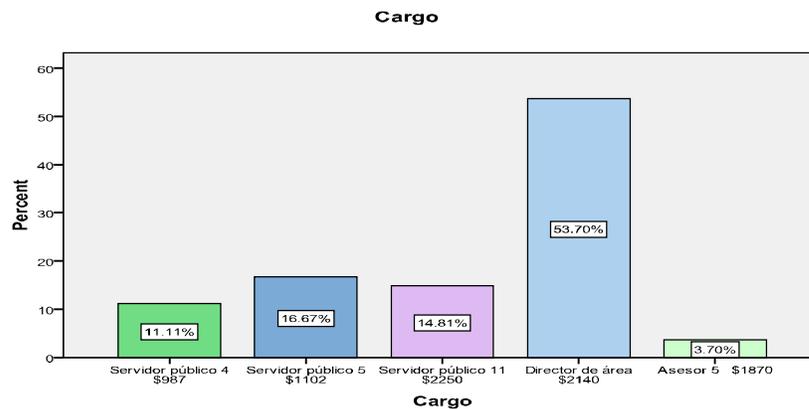
Los resultados que arroja esta pregunta, refleja que del total de empresas encuestadas, el 55,56% fueron realizadas a Empresas de Seguros y el 44,44% se realizaron a Ministerios.

**CUADRO No 6**

**Cargo**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Servidor público 4 \$987	6	11.1	11.1	11.1
Servidor público 5 \$1102	9	16.7	16.7	27.8
Servidor público 11 \$2250	8	14.8	14.8	42.6
Director de área \$2140	29	53.7	53.7	96.3
Asesor 5 \$1870	2	3.7	3.7	100.0
Total	54	100.0	100.0	

**GRÁFICO No 6**



De las encuestas realizadas el 53,70% corresponden a Directores de Área, y un 3,70% son asesores 5, los mismos que fueron encuestados en cuanto a Empresas de Seguros y un 16,67% se encuentran enfocadas en servidores públicos 5, 14,81% están reflejados en lo que respecta a servidores públicos 11 y un 11,11% se encuentran identificados como servidores públicos 4, los mismos que son correspondientes a Ministerios.

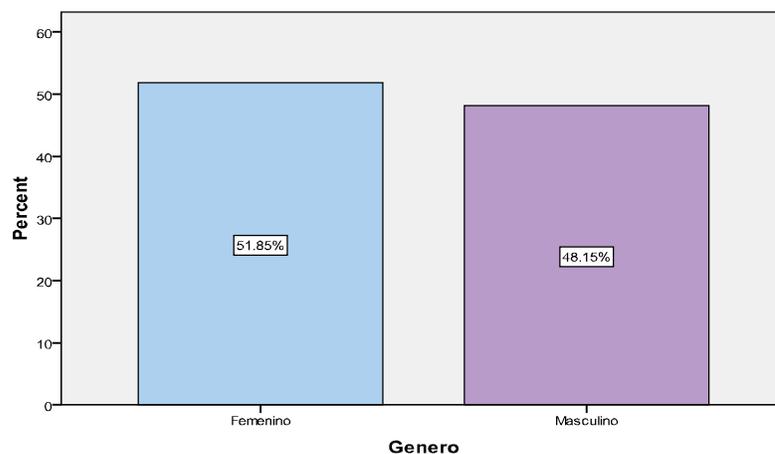
**CUADRO No 7**

**Género**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Femenino	28	51.9	51.9	51.9
Valid Masculino	26	48.1	48.1	100.0
Total	54	100.0	100.0	

**GRÁFICO No 7**

**Genero**



Podemos ver que de los encuestados tanto a Empresas Aseguradoras como a Ministerios el género Femenino ha prevalecido, el mismo que se encuentra representado por el 51,87% con respecto al género Masculino con 48,15%.

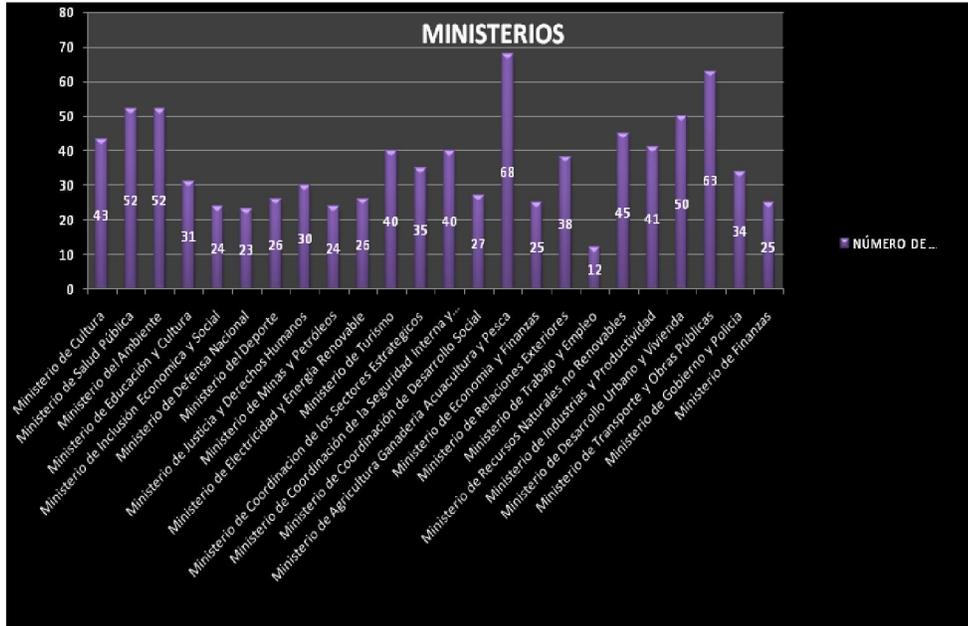
Tabla 5: Ministerios

Número de Ejecutivos y/o Empresarios: “Ministerios”

NÚMERO	MINISTERIOS	NÚMERO DE FUNCIONARIOS
1	Ministerio de Cultura	43
2	Ministerio de Salud Pública	52
3	Ministerio del Ambiente	52
4	Ministerio de Educación y Cultura	31
5	Ministerio de Inclusión Económica y Social	24
6	Ministerio de Defensa Nacional	23
7	Ministerio del Deporte	26
8	Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	30
9	Ministerio de Minas y Petróleos	24
10	Ministerio de Electricidad y Energía Renovable	26
11	Ministerio de Turismo	40
12	Ministerio de Coordinación de los Sectores Estratégicos	35
13	Ministerio de Coordinación de la Seguridad Interna y Externa	40
14	Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social	27
15	Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca	68
16	Ministerio de Economía y Finanzas	25
17	Ministerio de Relaciones Exteriores	38
18	Ministerio de Trabajo y Empleo	12
19	Ministerio de Recursos Naturales no Renovables	45
20	Ministerio de Industrias y Productividad	41
21	Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda	50
22	Ministerio de Transporte y Obras Públicas	63
23	Ministerio de Gobierno y Policía	34
24	Ministerio de Finanzas	25
		<b>874</b>

Elaborado por: Tania Jácome

Ilustración 5: Ministerios



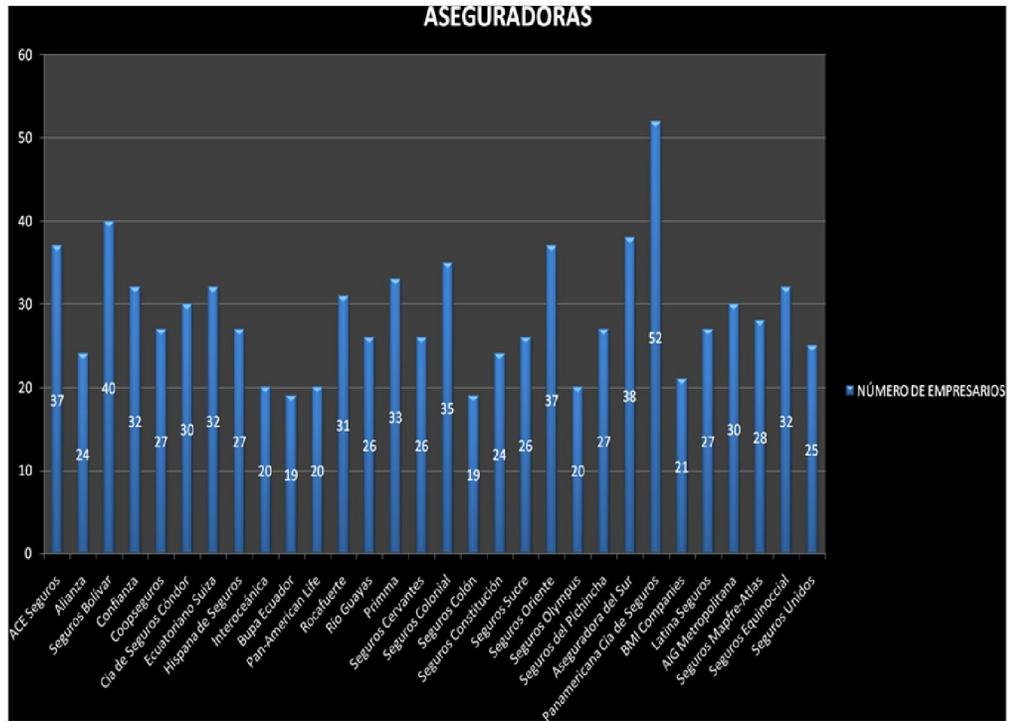
Elaborado por: Tania Jácome

Tabla 6: Número de Aseguradoras

	ASEGURADORAS	NÚMERO DE EMPRESARIOS
25	ACE Seguros	37
26	Alianza	24
27	Seguros Bolívar	40
28	Confianza	32
29	Coopseguros	27
30	Cía. de Seguros Cóndor	30
31	Ecuatoriano Suiza	32
32	Hispana de Seguros	27
33	Interoceánica	20
34	Bupa Ecuador	19
35	Pan-American Life	20
36	Roca fuerte	31
37	Río Guayas	26
38	Prima	33
39	Seguros Cervantes	26
40	Seguros Colonial	35
41	Seguros Colón	19
42	Seguros Constitución	24
43	Seguros Sucre	26
44	Seguros Oriente	37
45	Seguros Olympus	20
46	Seguros del Fichincha	27
47	Aseguradora del Sur	38
48	Panamericana Cía. de Seguros	52
49	BMI Companies	21
50	Latina Seguros	27
51	AIG Metropolitana	30
52	Seguros Mapfre-Atlas	28
53	Seguros Equinoccial	32
54	Seguros Unidos	25
		<b>865</b>

Elaborado por: Tania Jácome

Ilustración 6: Aseguradoras



Elaborado por: Tania Jácome

Tabla 7: Pregunta 1

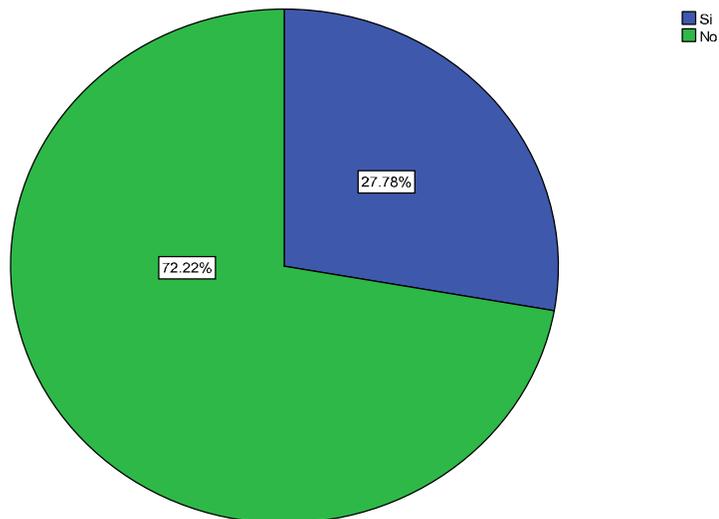
**PREGUNTA No 1:**

Tiene conocimiento sobre cursos de proactividad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	15	27.8	27.8	27.8
	No	39	72.2	72.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

Ilustración 7: Pregunta 1

Tiene conocimiento sobre cursos de proactividad



El 72,22% de las empresas encuestadas, afirma no tener conocimientos sobre cursos de proactividad, mientras que el 29% de los encuestados afirman tener conocimientos sobre dichos cursos.

Estos resultados demuestran que en el Distrito Metropolitano de Quito, las empresas no tienen una cultura de capacitación, esta característica puede verse aprovechada realizando una fuerte incursión en el mercado y generando la necesidad de actualización en las empresas.

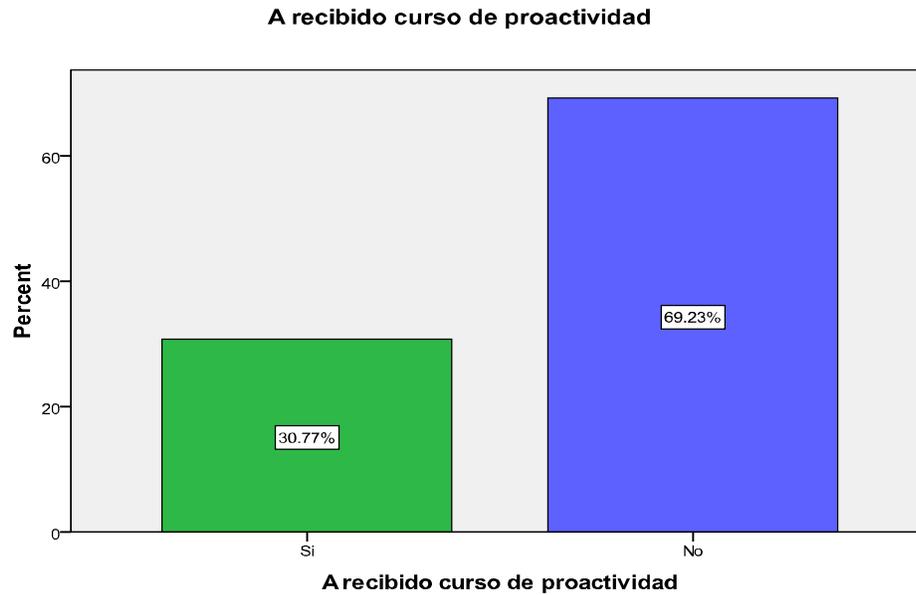
**Tabla 8: Pregunta 2**

**PREGUNTA No 2:**

**A recibido curso de proactividad**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Si	4	7.4	30.8	30.8
Valid No	9	16.7	69.2	100.0
Total	13	24.1	100.0	
Missing System	41	75.9		
Total	54	100.0		

## Ilustración 8: Pregunta 2



Podemos ver que en el Distrito Metropolitano de Quito, las empresas que han recibido un curso de proactividad se ubican en un 30,77%, mientras que el 69,23% de las Empresas e Instituciones Públicas no han podido ser capacitados en este tipo de cursos debido a ciertos factores como es el costo elevado de los mismos.

Tabla 9: Pregunta 3

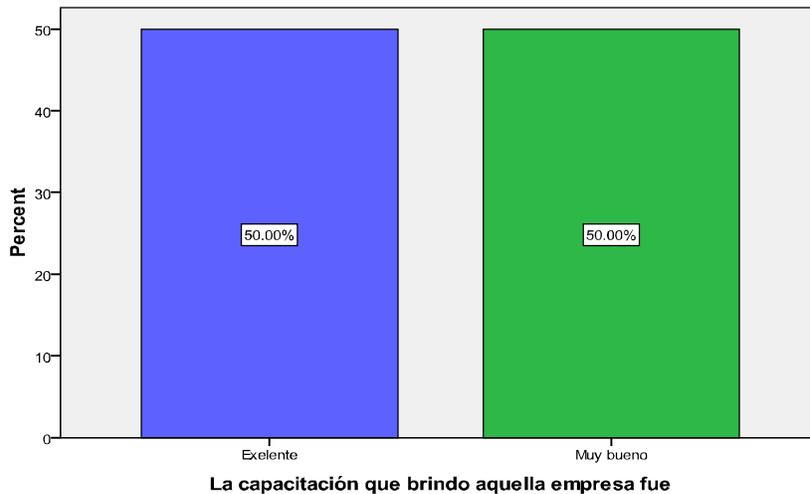
**PREGUNTA No 3:**

La capacitación que brindó aquella empresa fue

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Excelente	2	3.7	50.0	50.0
	Muy bueno	2	3.7	50.0	100.0
	Total	4	7.4	100.0	
Missing	System	50	92.6		
Total		54	100.0		

Ilustración 9: Pregunta 3

La capacitación que brindo aquella empresa fue



De acuerdo a aquellas empresas que se han capacitado en cursos de proactividad se ha logrado identificar que la capacitación brindada del 50% se ubica entre los rangos de Excelente y Muy Buena, es decir nuestra

empresa tiene el reto de capacitación donde la misma mantenga rangos similares y si es posible un solo rango de Excelente.

Tabla 10: Pregunta 4

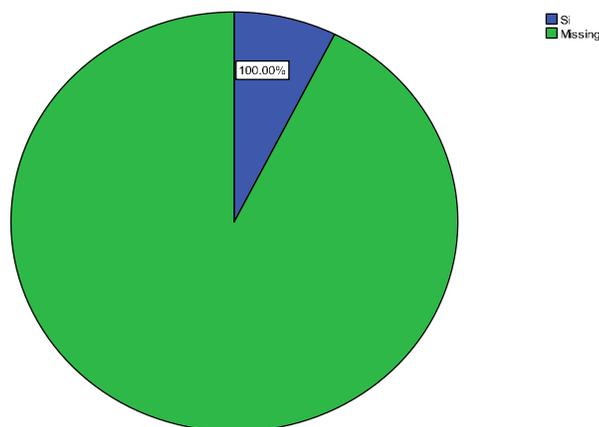
**PREGUNTA No 4:**

De la capacitación que usted recibió aplicó y/o contribuyó para mejoramiento personal y de la empresa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	4	7.4	100.0	100.0
Missing System	50	92.6		
Total	54	100.0		

Ilustración 10: Pregunta 4

De la capacitación que usted recibió aplicó y/o contribuyó para un mejoramiento personal y de la empresa



Dentro del Distrito Metropolitano tanto las Empresas Aseguradoras como Ministerios que han sido capacitados con este tipo de cursos afirman que la misma contribuyó en un 100% para un mejoramiento tanto personal como a nivel de empresa.

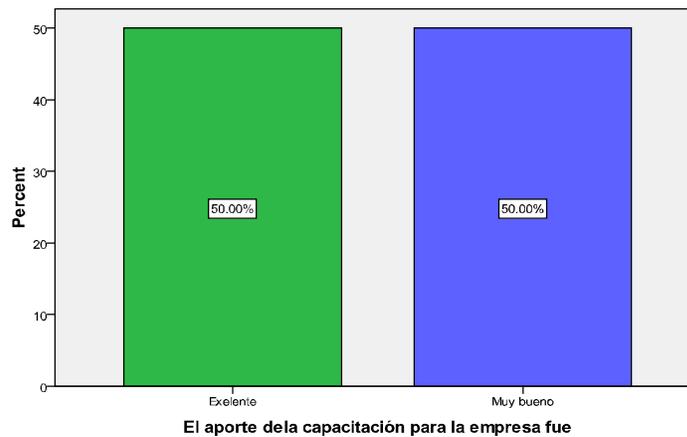
**CUADRO No 14**

**El aporte de la capacitación para la empresa fue**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Exelente	2	3.7	50.0	50.0
Valid Muy bueno	2	3.7	50.0	100.0
Total	4	7.4	100.0	
Missing System	50	92.6		
Total	54	100.0		

**GRÁFICO No 14**

El aporte dela capacitación para la empresa fue



El gráfico nos indica que el aporte de la capacitación tanto para Aseguradoras como para Ministerios, los ejecutivos y empresarios han identificado dicho aporte dentro de un rango del 50% como “Excelente” y un 50% como “Muy Bueno”.

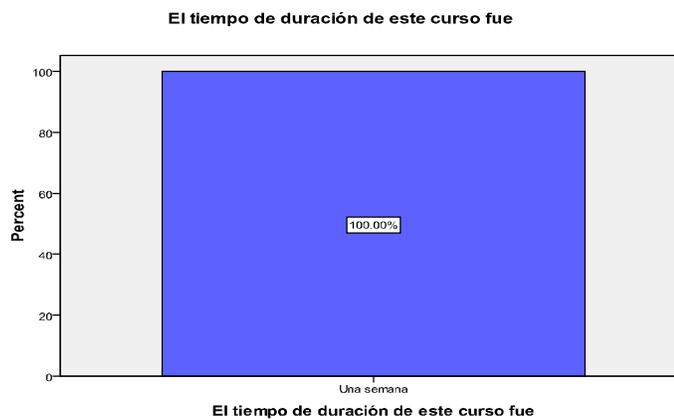
**Tabla 11: Pregunta 5**

**PREGUNTA No 5:**

**El tiempo de duración de este curso fue**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Una semana	4	7.4	100.0	100.0
Missing System	50	92.6		
Total	54	100.0		

**Ilustración 11: Pregunta 5**



Aquellas Empresas de Seguros y Ministerios, nos revelan que el tiempo de duración del curso recibido de proactividad fue de de una semana, ubicándose la misma con un porcentaje del 100%.

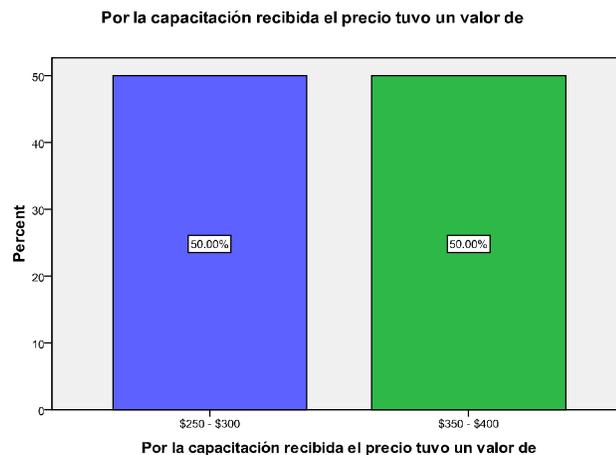
**Tabla 12: Pregunta 6**

**PREGUNTA No 6:**

Por la capacitación recibida el precio tuvo un valor de

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	\$250 - \$300	2	3.7	50.0	50.0
	\$350 - \$400	2	3.7	50.0	100.0
	Total	4	7.4	100.0	
Missing	System	50	92.6		
	Total	54	100.0		

**Ilustración 12: Pregunta 6**



Todas las empresas encuestadas que recibieron capacitación sobre cursos de proactividad afirman haber invertido montos menores a \$400 en la contratación de servicios de capacitación.

Esto significa que el mercado de las empresas Aseguradoras e Instituciones Públicas del Distrito Metropolitano de Quito no están dispuestos a realizar inversiones mayores a \$400 en cursos de proactividad.

**Tabla 13: Pregunta 7**

**PREGUNTA No 7:**

**Le gustaría capacitarse en un curso de proactividad**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	39	72.2	72.2	72.2
	No	15	27.8	27.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

**Ilustración 13: Pregunta 7**



De los encuestados se identifica una aceptación del 72,22% los cuales le gustaría capacitarse en cursos de proactividad y tan solo un 27,78% no le gustaría ser partícipe de este tipo de capacitaciones. Esto quiere decir que a pesar de que el servicio a ofrecerse no es muy conocido en el Distrito Metropolitano de Quito, tiene una aceptación considerable para la ejecución del mismo.

Tabla 14: Pregunta 8

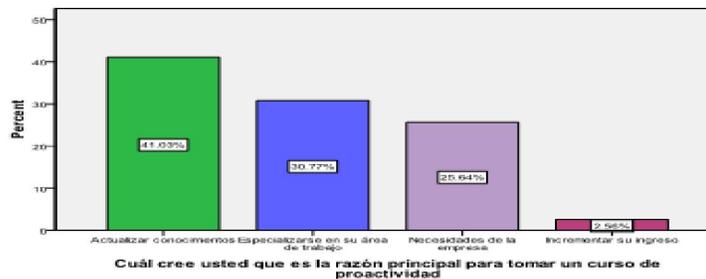
**PREGUNTA No 8:**

**Cuál cree usted que es la razón principal para tomar un curso proactividad**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Actualizar conocimientos	16	29.6	41.0	41.0
Especializarse en su área de trabajo	12	22.2	30.8	71.8
Valid Necesidades de la empresa	10	18.5	25.6	97.4
Incrementar su ingreso	1	1.9	2.6	100.0
Total	39	72.2	100.0	
Missing System	15	27.8		
Total	54	100.0		

Ilustración 14: Pregunta 8

**Cuál cree usted que es la razón principal para tomar un curso de proactividad**



En la gráfica se puede observar los resultados obtenidos en las encuestas los cuales muestran un 41,03% de los encuestados creen que la razón principal de tomar este tipo de cursos es para actualizar sus conocimientos, un 30,77% piensa en poder especializarse en el área de trabajo, 25,64% cree que es necesario debido a que la empresa tiene necesidades que se puede satisfacer por medio de este tipo de cursos y tan solo un 2,56% piensa que les beneficiará con un incremento salarial al seguir los cursos de proactividad.

Tabla 15: Pregunta 9

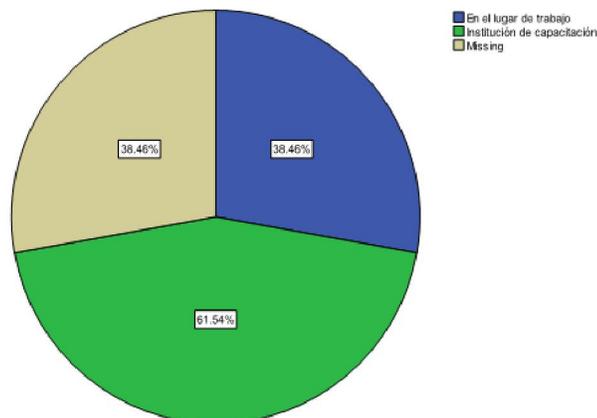
**PREGUNTA No 9:**

En qué lugar le gustaría que se imparta el curso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En el lugar de trabajo	15	27.8	38.5	38.5
	Institución de capacitación	24	44.4	61.5	100.0
	Total	39	72.2	100.0	
Missing	System	15	27.8		
	Total	54	100.0		

Ilustración 15: Pregunta 9

En qué lugar le gustaría que se imparta el curso



En la presente gráfica podemos identificar que el 61,54% de los encuestados prefieren recibir este tipo de curso en la institución de capacitación, mientras los datos revelan que el 38,46% de los encuestados prefieren que el curso se lo imparta en los lugares de trabajo.

El nivel de los encuestados por recibir la capacitación en sus lugares de trabajo es baja, ya que existen ciertos factores rutinarios que hacen que en su mayoría el curso se lo realice en la institución de capacitación, donde los mismos se desenvolverán con otro tiempo de ambiente diferente al laboral.

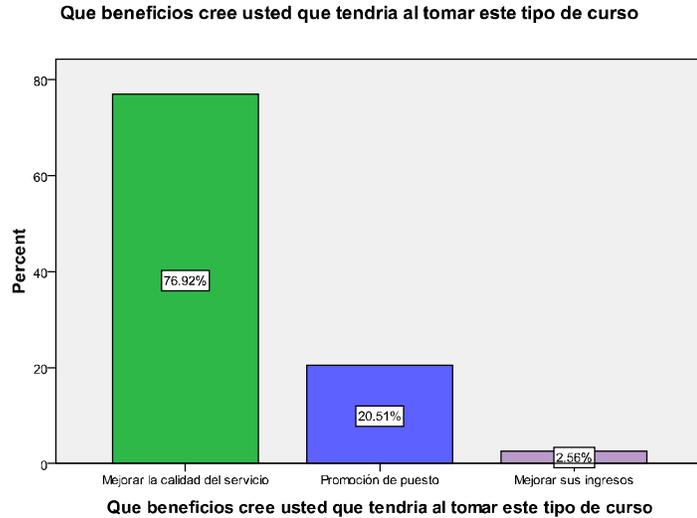
**Tabla 16: Pregunta 10**

**PREGUNTA No 10:**

**Que beneficios cree usted que tendría al tomar este tipo de curso**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
	Mejorar la calidad del servicio	30	55.6	78.9
	Promoción de puesto	8	14.8	97.4
	Mejorar sus ingresos	1	1.9	100.0
	Total	39	72.2	100.0
Missing	System	15	27.8	
Total		54	100.0	

### Ilustración 16: Pregunta 10



De las empresas e Instituciones encuestadas el personal de las mismas están seguros que al momento de capacitarse en un curso de proactividad obtendrían ciertos beneficios, y en su mayoría se identificaron que el principal beneficio sería, mejorar la calidad del servicio, el mismo que alcanzó un porcentaje del 76,92% dado que contratar servicios de capacitación de proactividad les ayudará a mejorar su gestión en cualquier ámbito que se desenvuelvan los empresarios y ejecutivos.

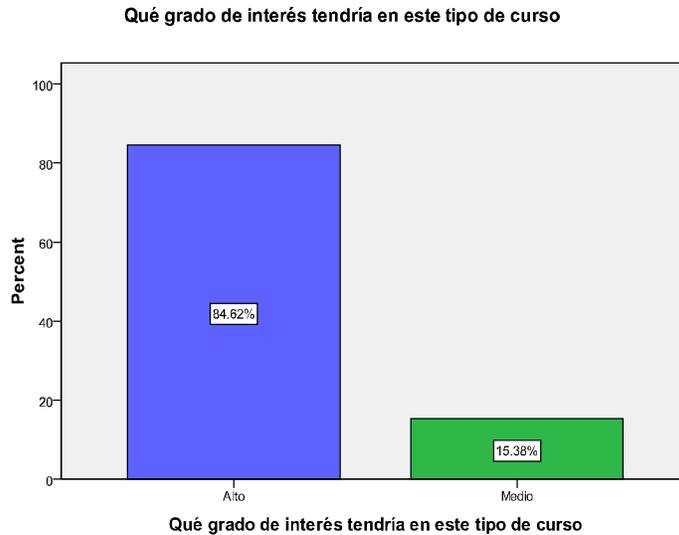
Tabla 17: Pregunta 11

**PREGUNTA No 11:**

Qué grado de interés tendría en este tipo de curso

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Alto	33	61.1	84.6	84.6
Valid Medio	6	11.1	15.4	100.0
Total	39	72.2	100.0	
Missing System	15	27.8		
Total	54	100.0		

## Ilustración 17: Pregunta 11



El grado de interés que tienen las Aseguradoras y Ministerios del Distrito Metropolitano de Quito sobre cursos de proactividad es muy significativo identificándose en un rango alto, el mismo que representa un 84,62% y en un 15,38% con un interés medio de los encuestados sobre este tipo de cursos.

Los encuestados presentan un rango de interés alto, ya que en el Distrito Metropolitano de Quito, no existen cursos donde les impulsan a los empresario y/o Funcionarios a ser más proactivos en los diferentes ámbitos (laboral, personal, etc.), ya que las empresas para capacitar a su personal se ven obligados a enviarlos al exterior o caso contrario los motivadores son extranjeros dónde sus costos representan gastos excesivos para las empresas y las mismas se ven obligadas a capacitar al personal cada cierto lapso de tiempo.

Tabla 18: Pregunta 12

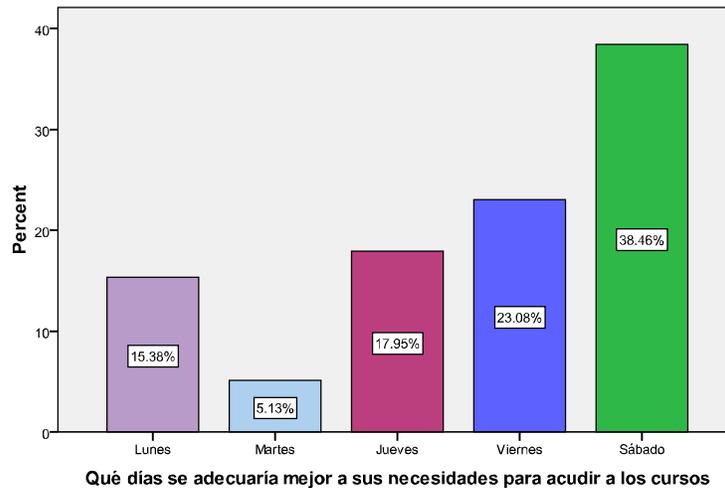
**PREGUNTA No 12:**

**Qué días se adecuaría mejor a sus necesidades para acudir a los cursos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lunes	6	11.1	15.4	15.4
	Martes	2	3.7	5.1	20.5
	Jueves	7	13.0	17.9	38.5
	Viernes	9	16.7	23.1	61.5
	Sábado	15	27.8	38.5	100.0
	Total	39	72.2	100.0	
Missing	System	15	27.8		
Total		54	100.0		

Ilustración 18: Pregunta 12

**Qué días se adecuaría mejor a sus necesidades para acudir a los cursos**



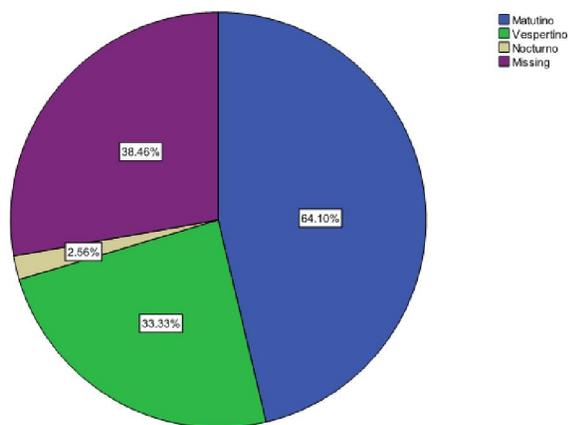
En el Distrito Metropolitano de Quito, las Aseguradoras e Instituciones encuestadas, nos revelan que el día para acudir a los cursos de capacitación de proactividad serían los días sábados, el mismo que se encuentra reflejado

en un 38,46% , seguido del día Viernes el mismo que arroja un 23,08% con respecto al resto de días de la semana, los días miércoles, día que no se dictarán los cursos, la empresa realizará comités para tener un seguimiento de los cursos que se están impartiendo y se evaluarán a cada unos de los capacitadores.

En qué horario le gustaría tomar el curso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Matutino	25	46.3	64.1	64.1
	Vespertino	13	24.1	33.3	97.4
	Nocturno	1	1.9	2.6	100.0
	Total	39	72.2	100.0	
Missing	System	15	27.8		
	Total	54	100.0		

En qué horario le gustaría tomar el curso



Estos resultados representan las preferencias con un 64,10% para capacitarse en horario matutino, mientras que algunos de los encuestados

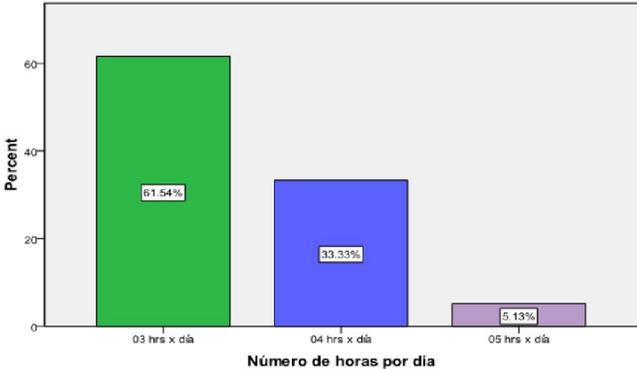
prefieren horario vespertino, el mismo que está representado por el 33,33% y finalmente con un 2,56% prefieren horario nocturno.

Los resultados de esta pregunta nos ayudan a identificar las preferencias, en cuanto a los horarios para tomar los cursos, ya que al conocer los requerimientos de nuestros clientes podemos adaptar los servicios para satisfacer de mejor manera sus necesidades.

**Número de horas por día**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 03 hrs x día	24	44.4	61.5	61.5
Valid 04 hrs x día	13	24.1	33.3	94.9
Valid 05 hrs x día	2	3.7	5.1	100.0
Total	39	72.2	100.0	
Missing System	15	27.8		
Total	54	100.0		

**Número de horas por día**



En un 61,54% los encuestados afirman que se encuentran de acuerdo que la capacitación del curso de proactividad debe ser de 03hrs x día, mientras que

un 33,33% de los encuestados nos revelan que debe ser de 04hrs x día y un 5,13% se encuentran identificados con 05hrs x día.

La duración total del curso es de 40hrs, el mismo que será impartido en 13 sábados, dado que los encuestados se encuentran plenamente identificados para que el curso sea de 03 hrs x día.

Tabla 19: Pregunta 13

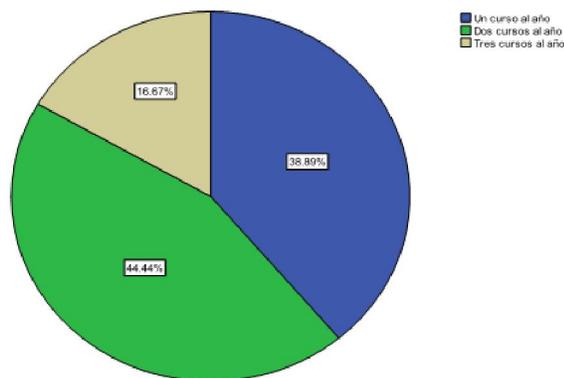
**PREGUNTA No 13:**

**Cuántos eventos sugeriría que podrían seguir los funcionarios y/o empresarios con el fin de mantener una equidad de motivación**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Un curso al año	21	38.9	38.9	38.9
Dos cursos al año	24	44.4	44.4	83.3
Tres cursos al año	9	16.7	16.7	100.0
Total	54	100.0	100.0	

Ilustración 19: Pregunta 13

**Cuántos eventos sugeriría que podrían seguir los funcionarios y/o empresarios con el fin de mantener una equidad de motivación**



El 44,44% de las empresas que fueron objeto de estudio revelan que deberían ser capacitados con dos cursos al año, para mantener una equidad de motivación, mientras que el 38,89% de los encuestados afirman que

solamente es necesario un curso al año y en un 16,67% optan por tres cursos.

Estos resultados demuestran que en Distrito Metropolitano de Quito, las empresas no brindan la capacitación suficiente a sus colaboradores, para que los mismos puedan desempeñarse de una manera exitosa en el ámbito laboral, personal, etc. Con estos resultados podemos decir que los Funcionarios y/o Empresarios no están satisfechos con ser capacitados una vez al año.

## **1.5.- Análisis de la Demanda**

### **1.5.1.- Clasificación**

**Demanda:** "Bien o servicio específico que un comprador desea adquirir a un precio y periodo de tiempo determinados para enfrentar el problema de la escasez."<sup>24</sup>

La demanda prevista para los servicios que oferta la Empresa de Proactividad, viene dada por la cantidad de Empresas que estén dispuestas a adquirir el servicio que brinda la empresa, en este caso esta información es generada por el estudio de mercado:

De acuerdo con los datos arrojados por la encuesta, se espera contar con una demanda del 72%(VER CUADRO 17 – GRÁFICO 17) del total de empresas que fueron objeto del Estudio, es decir la demanda del servicio estará conformada por 39 empresas.

---

<sup>24</sup> Economía On Line. Lanza "Gamarra Card"

## **1.5.2.- Factores que Afectan a la Demanda**

Hay varios factores que pueden influir en el comportamiento de la demanda, como por ejemplo:

### **a)Tamaño y Crecimiento de la Población**

El crecimiento de la actividad económica y sobre todo en el comercio del Distrito Metropolitano de Quito, en los últimos años, representa un aspecto favorable para el incremento de la demanda, ya que a más de existir incremento de empresas que puedan demandar nuestro servicio, también generan más competencia y por lo tanto las empresas buscarán factores que los diferencien del resto y de esta forma, el Curso de Proactividad será cada vez más aceptado por el mercado.

### **b) Hábitos de Consumo**

Según la Investigación realizada, se pudo determinar que el 72,22% de las empresas del Distrito Metropolitano de Quito no están familiarizadas con la contratación de Cursos de Proactividad o nunca han contratado a una empresa externa que brinde Capacitación en algún campo.

De esta información podemos concluir que para los ejecutivos y empresarios del Distrito Metropolitano de Quito, es muy importante el factor de incertidumbre que tienen al contratar un curso de Proactividad y que están dispuestos a hacerlo siempre y cuando este servicio cumpla con sus expectativas de calidad, para garantizar el retorno de la inversión, evaluando

el servicio prestado con respecto al beneficio obtenido de la aplicación del mismo.

### **c) Gustos y Preferencias**

Con respecto a las preferencias de las empresas al momento de contratar servicios de proactividad, tenemos que 41,03% de los encuestados necesitan actualizar sus conocimientos, un 30,77% prefieren especializarse en su área de trabajo, 25,64% contratan dicho servicio porque prefieren cubrir aquellas necesidades que tienen la empresas y/o instituciones y tan solo un 2,56% prefiere tomar estos cursos para incrementar sus ingresos.

También podemos ver que empresarios y/o funcionarios se encuentran plenamente identificados para asistir a los cursos los días sábados, el mismo que revela una preferencia del 38,46%, seguido de los días viernes con un 23,08%.

En cuanto a los gustos, tanto las Aseguradoras como los Ministerios, les gustaría que se imparta el curso en un 61,54% en la Institución de Capacitación, mientras que el 61,54% opta por recibir el curso en el lugar de trabajo.

En base a los resultados obtenidos, también podemos determinar que dentro de los gustos de los encuestados, a un 64,18% le gustaría tomar el curso en horario matutino.

#### d) Niveles de Ingreso y Precios

Según el estudio realizado se logró determinar que el rango de precios bajo los cuales se contratan servicios de Cursos de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, no supera la inversión de \$400, ya que el 100% de las empresas que recibieron Capacitación de Proactividad, admitieron no haber invertido más de esa cifra.

**Tabla 20: Nivel de Ingresos y Precios**

<b>MONTO DE INVERSIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$250 - \$300	50%
\$350 - \$400	50%
\$ 400	0%

**ELABORADO POR:** Tania Jácome

Según este comportamiento del mercado, los servicios diseñados por la Empresa de Proactividad no deben superar este margen de costos, por lo menos en una etapa de incursión en el mercado, paulatinamente, mientras se afiance la posición de la empresa se podrá generar paquetes de servicios que generen más beneficios y por ende sean más costosos.

### **1.5.3 Análisis Histórico de la Demanda**

En la ciudad de Quito se observa una alta competitividad en la oferta de servicios, generándose una demanda por parte de las empresas para capacitar a su personal mediante cursos de motivación (Ética profesional, Relaciones Humanas, RRHH, y otros, como seminarios de acuerdo a la necesidad del área de trabajo , pero estas empresas no pueden contar con metodologías para hacer que las personas sean proactivas dentro de un mundo laboral, por lo que optan por tomar decisiones equivocadas al momento de capacitar, invirtiendo grandes sumas de dinero, dado que los capacitadores y/o empresas son extranjeras.

Es por esta razón que no existen datos estadísticos del comportamiento histórico de la demanda para Servicios de Proactividad, sin embargo mediante un análisis realizado del sector se puede determinar que existe muy poca demanda del servicio, las empresas de Distrito Metropolitano de Quito, no están acostumbradas a contratar Servicios de Proactividad y eso se ha mantenido constante a través del tiempo, incluso con el desarrollo empresarial que ha presentado la ciudad.

### **1.5.4 Demanda Actual del Servicio**

La demanda actual del Servicio de Proactividad, según el estudio realizado se determinó que el 30,8% de las empresas han recibido Cursos de Proactividad, esto quiere decir que partiendo de un universo de 54 empresas, que ha sido definido para el estudio se contaría con una demanda potencial de **17 empresas** y a partir del análisis de la frecuencia de utilización que

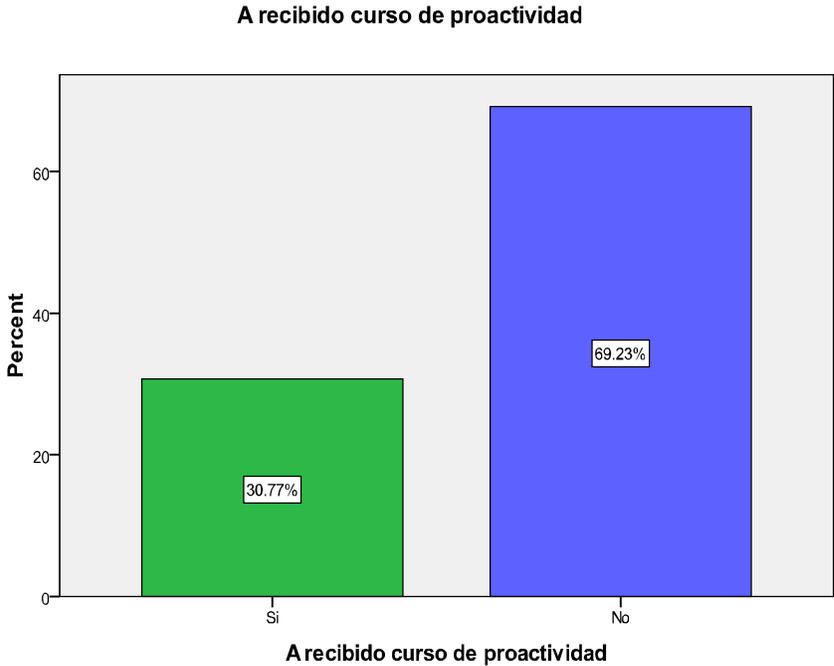
tienen las empresas del Distrito Metropolitano de Quito con respecto a Servicios de Proactividad, se puede calcular la demanda actual del Servicio.

**Tabla 21: Demanda Actual del Servicio**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	4	7.4	30.8	30.8
Valid No	9	16.7	69.2	100.0
Total	13	24.1	100.0	
Missing System	41	75.9		
Total	54	100.0		

Fuente: Trabajo de Campo (Pregunta No 2)

**Ilustración 20: Demanda Actual del Servicio**



De acuerdo con la pregunta No 2 de la encuesta, un 30,8% de las empresas encuestadas ha contratado Cursos de Proactividad, por lo que, si tomamos en cuenta el Universo de empresas del Distrito Metropolitano de Quito, esto representa alrededor de 17 empresas.

Ahora bien, si definimos que el proyecto tendrá una duración de 5 años, es necesario evaluar la necesidad del Servicio del Mercado para los próximos 5 años en los que se va a desarrollar el proyecto, para lo cual se realiza una proyección de la demanda, basados en la Información arrojada por el Estudio de Mercado.

### 1.5.5 Proyección de la Demanda:

De las investigaciones realizadas a nivel de los Ministerios del Sector Público y de las Empresas Aseguradoras en el Distrito Metropolitano de Quito se llegó a determinar que existen *874 Funcionarios* (VER CUADRO 8 / GRÁFICO 8) y 865 Empresarios de Aseguradoras (VER CUADRO 9 / GRÁFICO 9) teniendo un total de *1739* Ejecutivos y Empresarios.

En base a la pregunta 13, tenemos unos resultados, los cuales nos permiten determinar el número de eventos que se desarrollaría a lo largo del horizonte del proyecto, plasmado de la siguiente manera:

<i>Ejecutivos y Empresarios</i>		<i>Personas</i>		<b>TOTAL</b>
1739	/	15	=	<b>116 Eventos</b>

<i>Un curso al año</i>						
38,9%	=	45	x	1	=	45
<i>Dos cursos al año</i>						
44,4%	=	52	x	2	=	104
<i>Tres cursos al año</i>						
16,7%	=	19	x	3	=	57
<b>TOTAL</b>		116			<b>TOTAL</b>	<b>206 Eventos</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

Por cada evento en el estudio de mercado tenemos que participan 15 Funcionarios por curso.

Como se puede indicar al 2010 tenemos una demanda de 206 eventos, debiendo señalar que de las entrevistas mantenidas a nivel de Instituciones Públicas y Empresas de Seguros se conoce que presupuestariamente se detalla en el campo de capacitación los posibles seminarios o cursos a recibir por parte de Funcionarios y Empresarios, debiendo indicar que el Funcionario que recibió una capacitación no vuelve a recibir en ese año el mismo contenido; sin embargo, en el caso del 44,4% y del 16,7% los seminarios de proactividad se darían en base al número de Funcionarios y Ejecutivos que existen en tales instituciones.

**Tabla 22: Proyección de la Demanda**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA (2,2%)</b>
<i>2010</i>	<i>206 Eventos</i>
<i>2011</i>	<i>211 Eventos</i>
<i>2012</i>	<i>215 Eventos</i>
<i>2013</i>	<i>220 Eventos</i>
<i>2014</i>	<i>225 Eventos</i>

ELABORADO POR: Tania Jácome

## **1.6.- ANÁLISIS DE LA OFERTA**

### **1.6.1.- Clasificación**

Oferta: "Bien o servicio específico que una empresa desea vender en un determinado precio y tiempo."<sup>25</sup>

La oferta de Servicios de Capacitación de Proactividad como tal, en el Distrito Metropolitano de Quito es nula, con respecto a otros tipos de Capacitación, tales como Motivación, Liderazgo, Ética Profesional, RRHH, entre otros es aún reducido y poco explotado, salvo en casos puntuales.

### **1.6.2.- Factores que Afectan a la Oferta:**

#### **a) Número de Competidores:**

En el mercado del Distrito Metropolitano de Quito, no existen empresas que se dediquen a dar Cursos de Proactividad, sin embargo, luego de la realización del Estudio de Mercado, se logró definir cierta oferta de Empresas, que si bien no presentan las mismas características, se pueden considerar como ofertantes por la naturaleza del Servicio.

#### **b) Incursión de Nuevos Competidores:**

Para determinar la posibilidad de incursión de nuevos competidores al mercado de Cursos de Proactividad en el Distrito Metropolitano de Quito, es necesario analizar varios factores que limitan o favorecen la entrada al mercado de nuevos competidores, como por ejemplo:

---

<sup>25</sup> Economía On Line. Lanzan "Gamarra Card"

- û Cuota de Demanda Insatisfecha elevada.
- û Capacidad de Inversión.
- û Características del Mercado, como tal.
- û Entre otros.

#### **c) Capacidad de Inversión Fija:**

En el caso del mercado de Cursos de Proactividad, la capacidad de inversión no constituye una fuerte barrera de entrada, ya que no resulta sumamente costosa su implementación.

#### **d) Precios de los Servicios Relacionados:**

El mercado de Cursos de Proactividad, tiene muchos servicios relacionados, el precio de estos puede variar de acuerdo a la funcionalidad del servicio, así como su utilidad y beneficios.

Existen empresas que ofrecen servicios de Motivación, cuyos precios pueden variar de acuerdo a la extensión del curso, también se pueden mencionar los servicios de cursos de Liderazgo, Ética Profesional, entre otros.

Debido a la amplia gama de Servicios que se desprenden de la Consultoría de Negocios como tal y la diferente gama de Servicios existentes, resulta complicado definir un precio para este tipo de Servicios Relacionados.

### **1.6.3.- Comportamiento Histórico de la Oferta:**

Al no existir registros estadísticos del comportamiento del sector, no es posible identificar una tendencia de comportamiento basada en datos históricos, sin embargo se puede mencionar que el servicio de Cursos de Proactividad, que ofrece la empresa se considera como un servicio nuevo e innovador dentro el mercado del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que se puede concluir que la tasa de crecimiento para la oferta de este servicio ira acorde con el desarrollo de las empresas.

### **1.6.4.- Oferta Actual:**

La oferta actual del Servicio de Cursos de Proactividad, está definida por las empresas que prestan servicios de capacitación en cualquier campo de acción.

De conformidad con la investigación de mercado se llegó a determinar una oferta definitivamente nula, toda vez que los cursos de proactividad han sido dictados por profesionales extranjeros, sin embargo, y en función de la investigación de mercado tenemos una población de 1739 Funcionarios y Empresarios que han recibido capacitación de los cuales el 30,8% han recibido este tipo de curso, información consignada en la pregunta 2 de la respectiva investigación teniendo como resultado 537 funcionarios, de igual manera se pudo detectar en el estudio que el 50% de funcionarios que recibieron este tipo de curso han manifestado que la capacitación ha sido excelente en un 50%.

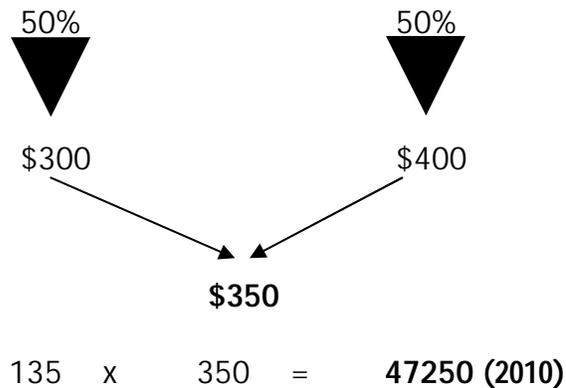
De las encuestas realizadas supieron informar los encuestados que el 50% de conocimiento y/o información adquirida ha tenido un carácter de aporte para la empresa; por tal razón estas debilidades detectadas en las encuestas se lo considerará como una gran oportunidad para la ejecución del presente estudio.

Toda vez que los cursos se diseñaran con esas características fundamentales de aporte a las Instituciones Públicas y/o Empresas Aseguradoras en función de las mismas así como en función del cliente interno y del cliente externo, por tanto a continuación se detalla el respectivo cálculo de la oferta actual en base a las respectivas preguntas realizadas en la encuesta:

**Tabla 23: Oferta Actual**

Total Funcionarios y Empresas		Ha recibido curso de proactividad?	Total		La capacitación que brindo aquella empresa fue?	Total		El aporte de la capacitación para la empresa fue	TOTAL
1739	x	30,8% =	537	x	50% (excelente)	269	x	50% (excelente)	135 Funcionarios

Con respecto a la pregunta 6 ( *Por la capacitación recibida el precio tuvo un valor de?*) de las encuestas realizadas se pudo determinar lo siguiente con respecto a los precios, llegando a determinar una media entre los mismos:



De las investigaciones efectuadas se llegó a conocer que por lo general las Empresas Aseguradoras reciben cursos de capacitación de proactividad de profesionales de otros países, quienes vienen a ofrecer sus servicios en las diferentes ciudades del Ecuador (Quito, Guayaquil, Portoviejo y Ambato), debiendo indicar que dichos cursos han permitido a que el resto de Funcionarios y Ejecutivos reciban ese curso en función del tiempo (grupos.)

### 1.6.5.- Proyección de la Oferta:

De las investigaciones realizadas en diferentes instituciones que dictan cursos similares como son de motivación, ética profesional, RRHH, han manifestado que existe un incremento tanto de estudiantes como eventos entre un 3% y un 4% por eventos.

Toda vez de que no existe una información estadística relacionada con este tipo de eventos así como manteniendo el celo profesional por no proporcionar una información, por tanto para el presente caso lo consideraremos un 4% de crecimiento de la oferta en mención en función de dólares americanos

De las investigaciones realizadas se llegaron a determinar que las empresas ofertantes de estos servicios lo realizaban en forma personal y/o como empresa se ha obtenido como resultado 135 funcionarios capacitados, debiendo señalar que los mismos estaban conformados cada evento por 20 funcionarios, lo que quiere decir que en el año hubieron 7 eventos.

$$135 / 20 = 7 \text{ Eventos}$$

Lo que quiere decir que la oferta del servicio de proactividad ofrecido a Funcionarios en el Distrito Metropolitano de Quito ha tenido una característica, de excelente y de aporte a las empresas a través de 7 eventos.

**Tabla 24: Proyección de la Oferta**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA (4%)</b>
<i>2010</i>	<i>7 Eventos</i>
<i>2011</i>	<i>7 Eventos</i>
<i>2012</i>	<i>8 Eventos</i>
<i>2013</i>	<i>8 Eventos</i>
<i>2014</i>	<i>8 Eventos</i>

ELABORADO POR: Tania Jácome

## 1.7.- DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

"Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta."<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>

**Tabla 25: Demanda Insatisfecha**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<i>2010</i>	<i>206 Eventos</i>	<i>7 Eventos</i>	<i>199 Eventos</i>
<i>2011</i>	<i>211 Eventos</i>	<i>7 Eventos</i>	<i>204 Eventos</i>
<i>2012</i>	<i>215 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>207 Eventos</i>
<i>2013</i>	<i>220 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>212 Eventos</i>
<i>2014</i>	<i>225 Eventos</i>	<i>8 Eventos</i>	<i>217 Eventos</i>

ELABORADO POR: Tania Jácome

La capacidad de la empresa de proactividad está diseñada para atender 15 eventos al año, el mismo que está diseñado de la siguiente manera:

15 eventos al año, con intervalos entre curso y curso de 1 semana, tomando en cuenta días feriados

$$15 \text{ eventos al año} / 199 \text{ eventos D.I.} * 100 = 8\%$$

Estos 15 eventos representan el 8% de la Demanda Insatisfecha, es decir que se pretende iniciar con los mismos, con una capacidad inicial por cada evento de 15 Funcionarios y/o Empresarios.

## **1.8.- ANÁLISIS DE PRECIOS EN EL MERCADO DEL SERVICIO**

“Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción e ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien no buscar mediante el precio una diferenciación del producto o servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia.<sup>27</sup>

### **1.8.1.- Precios Históricos y Actuales:**

El análisis de precios dentro del mercado se dificulta en cuanto no existen datos que puedan solventar dicho análisis, sin embargo, se pueden realizar estimaciones en base a los datos arrojados por las encuestas efectuadas en cuanto al nivel de recursos que están dispuestas a invertir las empresas en servicios de proactividad.

El análisis de las series históricas nos revela que aquellas personas que se capacitaron en este tipo de cursos lo tuvieron que hacer a costos muy elevados, es decir a costos que superaban los \$400.

### **1.8.2.- Márgenes de Precios:**

#### **◆ Estacionalidad:**

En la actualidad las empresas capacitan a su personal en cualquier momento del año, dependiendo de las necesidades que se perciban dentro de las mismas.

Es por esta razón que no se puede describir un periodo exacto de estacionalidad para este tipo de servicio, ya que las empresas podrán demandar del mismo según sus insuficiencias que se presenten dentro del campo laboral.

---

<sup>27</sup> <http://www.mitecnologico.com/Main/AnalisisDePrecios>

➤ **Volumen:**

En cuanto al volumen del servicio de capacitación de proactividad, es algo muy esencial, manteniendo una perspectiva de obtener un volumen de empresarios y funcionarios de forma significativa, donde los mismos puedan percibir un servicio de calidad con instalaciones adecuadas.

Es por esta razón que podemos decir, que el volumen en este tipo de servicios es lo primordial, ya que a mayor volumen de demandantes del servicio, existirán descuentos por demanda en volumen.

➤ **Forma de Pago:**

Para la forma de pago se considerará las dos maneras más comunes que existen en el mercado como es el pago en efectivo y mediante tarjetas de crédito.

La forma de pago con tarjetas de crédito serán aceptadas solamente de acuerdo al volumen de empresarios y funcionarios demandantes del servicio.

## CAPÍTULO II

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 2.1. Tamaño del Proyecto:

“De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de productos a producir y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura”.<sup>28</sup>

El tamaño del proyecto está definido por la cantidad de potenciales clientes dentro del entorno en el cual se va a desarrollar la empresa.

En este caso, el tamaño de la empresa se va a determinar por el porcentaje de empresas que estén dispuestas a adquirir nuestro servicio, esta información será resultado de la investigación de mercado.

#### 2.1.1. Factores Determinantes del Proyecto:

##### 2.1.1.1. El Mercado:

El mercado de la Empresa de Proactividad va a estar definido por los resultados del estudio de Mercado para identificar el tamaño que deberá tener el proyecto.

Como se puede apreciar en el respectivo Estudio de Mercado, se llegó a determinar que el proyecto de una Empresa de Proactividad en el distrito Metropolitano de Quito, es viable, por tanto, a continuación se expresa en el cuadro No 33 la presente Demanda Insatisfecha a lo largo del horizonte del Proyecto.

---

<sup>28</sup> Hernández Cabrera, José Luis; Elementos de un Proyecto de Inversión.

**Tabla 26: El Mercado - D.I.**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2010	206	7	199 Eventos
2011	211	7	204 Eventos
2012	215	8	207 Eventos
2013	220	8	212 Eventos
2014	225	8	217 Eventos

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Tania Jácome

Inicialmente se pretende captar un 8% de la demanda insatisfecha, la Empresa de Proactividad debe estar en la capacidad de ofrecer sus Servicios de capacitación por cada evento de 15 Funcionarios y/ o Empresarios bajo la situación actual del mercado.

#### **2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros:**

El Sistema Financiero ofrece varias opciones de Financiamiento para el presente proyecto, existen entidades privadas, públicas y también cooperativas a las cuales se puede acudir para solicitar un Crédito, una vez realizado un análisis de las diferentes alternativas, se ha tomado la decisión de solicitar un Crédito Productivo en Banco Pichincha C.A. ya que se mantiene una cuenta activa con esta institución y esto facilitaría la obtención del Crédito. (Se adjunta el ANEXO 6, relacionado con las características del crédito de varios bancos.)

### **2.1.1.3. Disponibilidad de Recurso Humano:**

Para ofrecer un Servicio de Excelencia como se espera, la empresa de Proactividad deberá contar con un equipo de capacitadores profesionales Nacionales y Extranjeros, con especializaciones en Ética Profesional, Liderazgo, Relaciones Humanas, Superación Personal y Motivación.

El reclutamiento de personal con estas características no presenta ningún tipo de impedimento, ya que la oferta de profesionales en el Distrito Metropolitano de Quito, es muy amplia.

### **2.1.1.4. Economías de Escala:**

“La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para producir más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costos unitarios se reducen.”<sup>29</sup>

En el caso de la empresa de Proactividad, no se aplicarán Economías de Escala, ya que al ser una empresa pequeña no se pretende generar un gran volumen de Servicio que nos permita reducir considerablemente los costos fijos.

### **2.1.1.5. Disponibilidad de Tecnología:**

Para la ejecución del Proyecto es necesario contar con tecnología actual y moderna, en especial los equipos de Computación, ya que van a ser la principal herramienta de trabajo para los Capacitadores.

---

<sup>29</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

La disponibilidad de tecnología no va a ser un impedimento para la constitución de la empresa, ya que existen varios distribuidores de equipos de computación que se adaptan a las necesidades de la empresa.

#### **2.1.1.5. Disponibilidad de Insumos y Materiales:**

Los insumos y Equipos de Oficina que serán utilizados para el funcionamiento de la empresa son de fácil adquisición y existen distribuidores cercanos que pueden convertirse en proveedores de todo el equipo necesario.

#### **2.1.2. Optimización del Tamaño:**

"Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios o costos sociales. El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año"<sup>30</sup>.

El Tamaño Óptimo está en función de la capacidad instalada que tenga la empresa de Proactividad, la misma que se determina en el estudio de mercado que tendrá una capacidad para realizar 15 eventos en el año, diseñados de la siguiente manera:

- 15 eventos al año, con intervalos entre curso y curso de una semana, tomando en cuenta días

Con una capacidad de atención que están en un orden de 15 a 20 Funcionarios y/o Ejecutivos.

---

<sup>30</sup> Hernández Cabrera, José Luis; Elementos de un Proyecto de Inversión.

### 2.1.3. Definición de las Capacidades de Producción:

"La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos."<sup>31</sup>

**Tabla 27: Capacidad de Producción**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	% CAPTACIÓN 8%
2010	206	7	199 Eventos	15 Func. y/o Ejecutivos

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Tania Jácome

## 2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

### 2.2.1. Macro localización:

"La Macro localización Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región".

La macro localización del proyecto va a estar definida por factores geográficos, tales como el País, la Zona Geográfica, la provincia y el cantón donde se va a desarrollar la empresa de Proactividad:

**PAÍS:** Ecuador

**PROVINCIA:** Pichincha

**REGIÓN:** Sierra

**CIUDAD:** Quito

---

<sup>31</sup> <http://www.tengodeudas.com/definiciones/capacidad-de-produccion>

## Ilustración 21: Mapa de Pichincha



Se escogió esta Zona Geográfica para la ubicación del proyecto debido a que de acuerdo a un análisis previo se determinó que no existe competencia en el sector, además la ciudad de Quito, es una ciudad de gran desarrollo comercial en los últimos años.

### 2.2.2. Micro Localización:

“Es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido”<sup>32</sup>.

#### 2.2.2.1. Criterios de Selección de Alternativas:

Como alternativas de ubicación, se han seleccionado 3 sectores dentro de la ciudad de Quito que son: Sur, Norte y Valles, las cuales se van a analizar bajo los siguientes, con el fin de escoger la mejor ubicación para la Empresa.

- Ü **Transporte y Comunicación:** Los sectores escogidos para la ubicación de la Empresa disponen de Transporte Público por lo que se cuenta con gran acceso a transportes y comunicaciones.

<sup>32</sup> Hernández Cabrera, José Luis; Elementos de un Proyecto de Inversión.

- ü **Cercanía a Las Fuentes de Abastecimiento:** En la ciudad de Quito existen distribuidores de Materiales e insumos, que son de fácil acceso en cualquiera de los sectores escogidos para la ubicación de la empresa.
  
- ü **Cercanía al Mercado:** Se puede decir que el sector donde se va a ubicar la empresa es un centro de Instituciones y Empresas, donde se radican gran cantidad de Negocios y Empresas Comerciales las mismas que son Clientes potenciales de la Empresa de Proactividad.
  
- ü **Estructura Impositiva / Legal:** Los requisitos impositivos y legales no constituyen un impedimento para la creación de la Empresa de Proactividad, los sectores escogidos para la ubicación de la empresa presentan un panorama accesible en cuanto a leyes y regulaciones, que se cumplirán previo a la ejecución del presente estudio.
  
- ü **Disponibilidad de Servicios Básicos:** Los sectores escogidos para la ubicación de la Empresa, cuentan con acceso a servicios básicos tales como: agua, energía eléctrica, servicio telefónico, también se dispone de acceso de conectividad e Internet el cual se constituye en un servicio indispensable para la actividad de la Empresa.

Quito por ser la capital del Ecuador, cuenta además con otros tipos de servicios como son: el servicio de trole bus, ecovía, centros de educación,

universidades, hospitales, sistema bancario, policía, cuerpo de bomberos,  
etc.

### 2.2.3. Matriz Locacional:

Tabla 28: Matriz Locacional

FACTOR	PESO	OPCIONES DE UBICACIÓN					
		Av. 10 de Agosto y Colón		Av. Gral. Rumiñahui y 1ra Transversal		Calle Quimiag OE2-341 y Av. Teniente Hugo Ortiz	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
<i>Transporte y comunicación:</i>	0,2	9	1,8	7	1,4	7	1,4
<i>Cercanía a las fuentes de abastecimiento:</i>	0,15	9	1,35	6	0,9	6	0,9
<i>Cercanía al mercado:</i>	0,4	9	3,6	3	1,2	5	2
<i>Factores ambientales:</i>	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15
<i>Estructura impositiva/legal:</i>	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
<i>Disponibilidad de servicios básicos:</i>	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>8,1</b>		<b>4,85</b>		<b>5,65</b>

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado por: Tania Jácome

Con respecto a la Matriz Locacional podemos ver claramente que es conveniente ubicar a la empresa en el Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha, sector Norte.

La Empresa de Proactividad se localizará en el norte de la ciudad de Quito, en la 10de Agosto y Colón, ya que es una zona empresarial y de gran afluencia.

El siguiente gráfico ilustra la dirección:33



La empresa se ubicara aproximadamente entre las Ave. 10 de Agosto y Ave. Colón

---

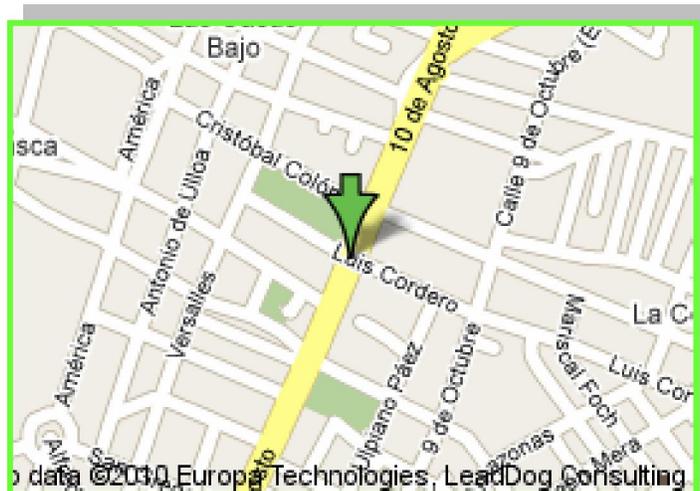
<sup>33</sup> Google Earth

### 2.2.3.1. Selección de la Alternativa Óptima:

Como alternativa óptima para la ubicación de la Empresa de Proactividad se ha elegido en el Distrito Metropolitano de Quito Sector Norte, por contar con el puntaje más alto en la matriz de ponderación de factores, obteniendo un total de 8,1%.

### 2.2.3.2. Plano de la Micro Localización:

Ilustración 22 : Plano de la Microlocalización



## 2.3. Ingeniería del Proyecto

### 2.3.1. Proceso del Servicio:

El proceso del Servicio de Proactividad es una actividad conjunta del capacitador y del cliente destinada a resolver un problema concreto y a aplicar los cambios deseados en la organización del cliente.

***INICIACIÓN (PREPARACIÓN INICIAL):***

- Primeros contactos con cliente
- Diagnóstico preliminar
- Planear el cometido
- Propuesta de tareas
- Contrato

***DIAGNÓSTICO:***

- Descubrir los hechos
- Análisis y síntesis
- Examen detallado del problema

***PLANIFICACION DE MEDIDAS  
(PLAN DE ACCION):***

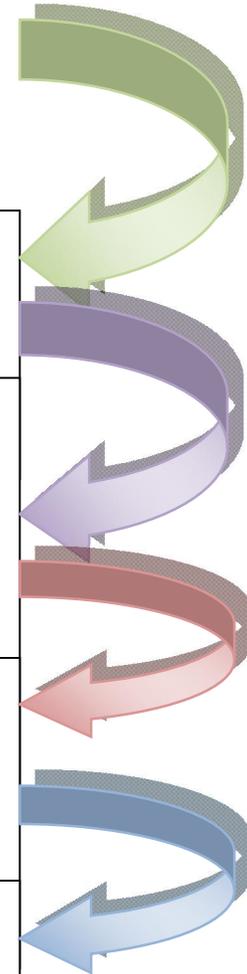
- Elaborar soluciones
- Evaluar opciones
- Propuesta al cliente
- Planear la aplicación de medidas

***APLICACIÓN (IMPLEMENTACIÓN):***

- Contribuir a la aplicación
- Propuesta de ajustes
- Capacitación

***EVALUACIÓN:***

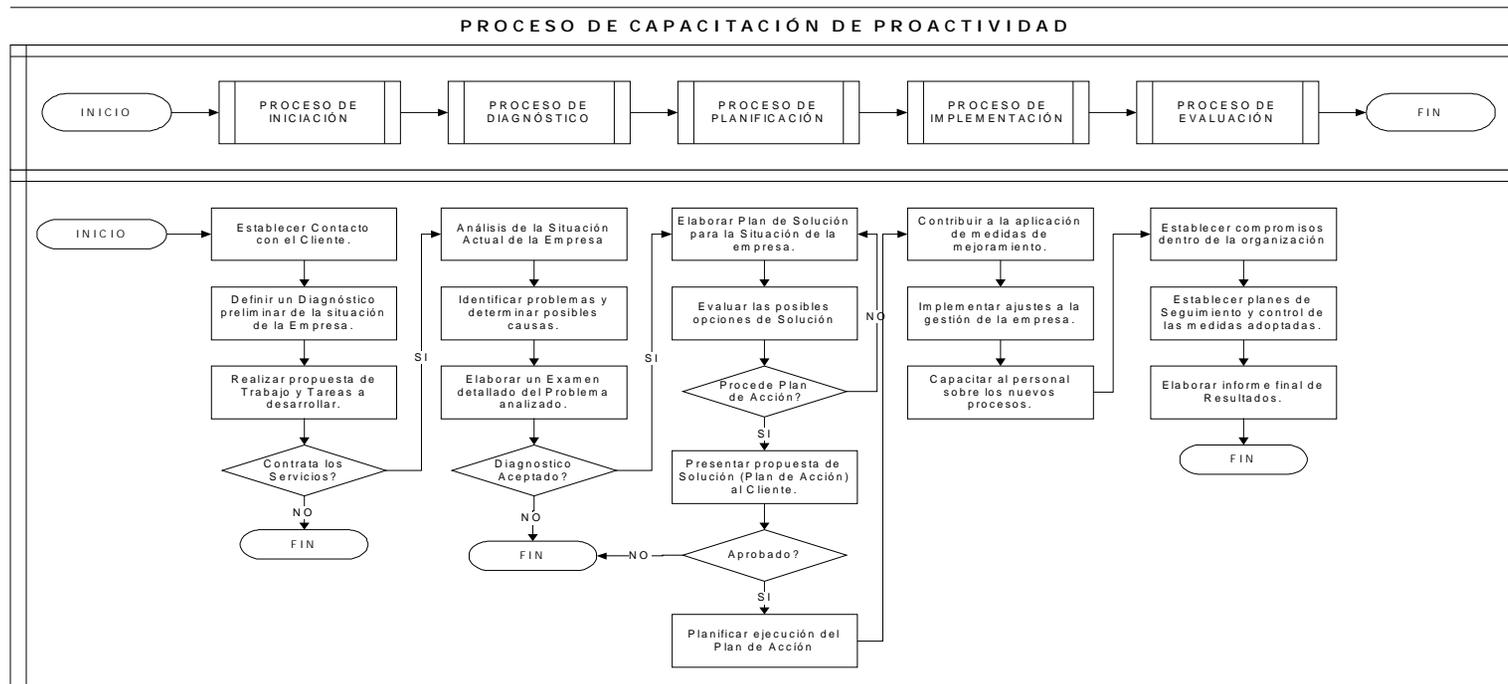
- Informe final
- Establecer compromisos
- Planes de seguimiento



Fuente: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

### 2.3.1.1. Diagrama de Flujo:

Ilustración 23: Diagrama de Flujo



Elaborado por: Tania Jácome

### 2.3.1.2. Requerimiento de Recurso Humano:

Se requiere 6 personas para conformar la estructura de la empresa. Las cuales estarán divididas entre la Gerencia, los capacitadores A y B y un contador externo como apoyo. El personal laborará 8 horas diarias de lunes a viernes. En el cuadro a continuación se detalla el valor unitario, valor total y el valor anual que percibirá cada empleado.

**Tabla 29: Requerimiento de Recurso Humano**

CANTIDAD	CARGO	V. UNITARIO	V. TOTAL	V. ANUAL*
1	GERENTE PROPIETARIO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
1	CAPACITADOR A	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
1	CONTADOR EXTERNO	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
2	CAPACITADORES B	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
1	ASISTENTE DE GERENCIA	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 2.616,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.868,00</b>	<b>\$ 34.416,00</b>

\* Los sueldos y Salarios serán cancelados como honorarios profesionales, de modo que no se calculan los beneficios de ley.

**Elaborado por: Tania Jácome**

### 2.3.1.3. Requerimiento de Equipos:

Para ofrecer el servicio de Proactividad, es necesario proveer al personal con equipos tecnológicos. El costo de los equipos se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla 30: Requerimiento de Equipos**

CANTIDAD	EQUIPO DE OFICINA	V. UNITARIO	V. TOTAL
4	COMPUTADORES PORTATILES	\$ 950,00	\$ 3.800,00
1	COMPUTADOR DE ESCRITORIO	\$ 700,00	\$ 700,00
2	INFOCUS	\$ 850,00	\$ 1.700,00
1	RETROPROYECTOR	\$ 250,00	\$ 250,00
5	TELEFONOS	\$ 50,00	\$ 250,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 6.700,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

Fuente: Factura Proforma

#### 2.3.1.4. Requerimiento de Muebles de Oficina:

Es necesario proveer al personal con mobiliario de oficina, el mismo que se lo detalla a continuación:

**Tabla 31: Requerimiento de Muebles de Oficina**

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	V. UNITARIO	V. TOTAL
5	ESCRITORIOS	\$ 320,00	\$ 1.600,00
5	DIVISIONES DE OFICINA	\$ 200,00	\$ 1.000,00
2	MESA PARA REUNION	\$ 150,00	\$ 300,00
24	SILLAS	\$ 15,00	\$ 360,00
4	ARCHIVADORES	\$ 60,00	\$ 240,00
1	JUEGO DE SALA (ESPERA)	\$ 500,00	\$ 500,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.000,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

Fuente: Factura Proforma

### 2.3.1.5. Requerimiento de Gastos Administrativos:

En los cuadros a continuación se visualiza un consolidado de los gastos en los que va a incurrir la empresa para el correcto funcionamiento de la misma. Estos gastos serán en un inicio una inversión que se debe realizar. Sin embargo, a medida que transcurra el tiempo y la Empresa empiece a funcionar estos serán pagados con los servicios que esta preste.

**Tabla 32: Requerimiento de Útiles de Oficina**

CANTIDAD	UTILES DE OFICINA	V. UNITARIO	V. TOTAL	V. ANUAL
5	CUADERNOS	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 600,00
10	ESFEROS	\$ 0,50	\$ 5,00	\$ 60,00
5	DISPENSADORES DE HOJAS	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 300,00
15	RESMAS PAPEL BOND	\$ 1,00	\$ 15,00	\$ 180,00
100	CARPETAS	\$ 0,50	\$ 50,00	\$ 600,00
5	JUEGO UTILES OFICINA	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 900,00
5	PAPELERAS	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 120,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 230,00</b>	<b>\$ 2.760,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

Fuente: Factura Proforma

**Tabla 33: Requerimiento de Servicios Básicos**

SERVICIOS BÁSICOS	V. MENSUAL	V. ANUAL
INTERNET	\$ 40,00	\$ 480,00
ENERGIA ELÉCTRICA	\$ 60,00	\$ 720,00
AGUA	\$ 25,00	\$ 300,00
TELÉFONO	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 225,00</b>	<b>\$ 2.700,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

**Tabla 34: Requerimiento de Gasto Arriendo**

G. ARRIENDO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Arriendo	\$ 400,00	\$ 4.800,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.800,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

**Tabla 35: Requerimiento de Material de Limpieza**

G. MAT. DE LIMPIEZA	V. MENSUAL	V. ANUAL
Material de Limpieza	\$ 80,00	\$ 960,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 960,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

### **2.3.1.6. Requerimiento de Gastos Ventas:**

A continuación se detalla los gastos de ventas en los que incurrirá la empresa para su correcto funcionamiento:

**Tabla 36: Requerimiento de Gasto Ventas**

G.PUBLICIDAD	V. ANUAL
Publicidad	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.000,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

### 2.3.1.7. Requerimiento de Activo Diferido:

Tabla 37: Requerimiento de Activo Diferido

DIFERIDOS	V. UNITARIO	V. TOTAL
Gastos de Constitución	\$ 500,00	\$ 500,00
Trámites Legales	\$ 600,00	\$ 600,00
Registro de Patentes	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.600,00</b>

Elaborado por: Tania Jácome

### 2.3.1.8. Determinación de las Inversiones:

Tabla 38: Inversiones

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
DETALLE	VALOR
Muebles de Oficina	\$ 4.000,00
Equipo de Oficina	\$ 6.700,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 10.700,00</b>

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
DETALLE	VALOR
Gastos de Constitución	\$ 500,00
Trámites Legales	\$ 600,00
Registro de Patentes	\$ 1.500,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 2.600,00</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO:</b>	
DETALLE	VALOR
Capital de Trabajo (3 meses)	\$ 11.659,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 11.659,00</b>

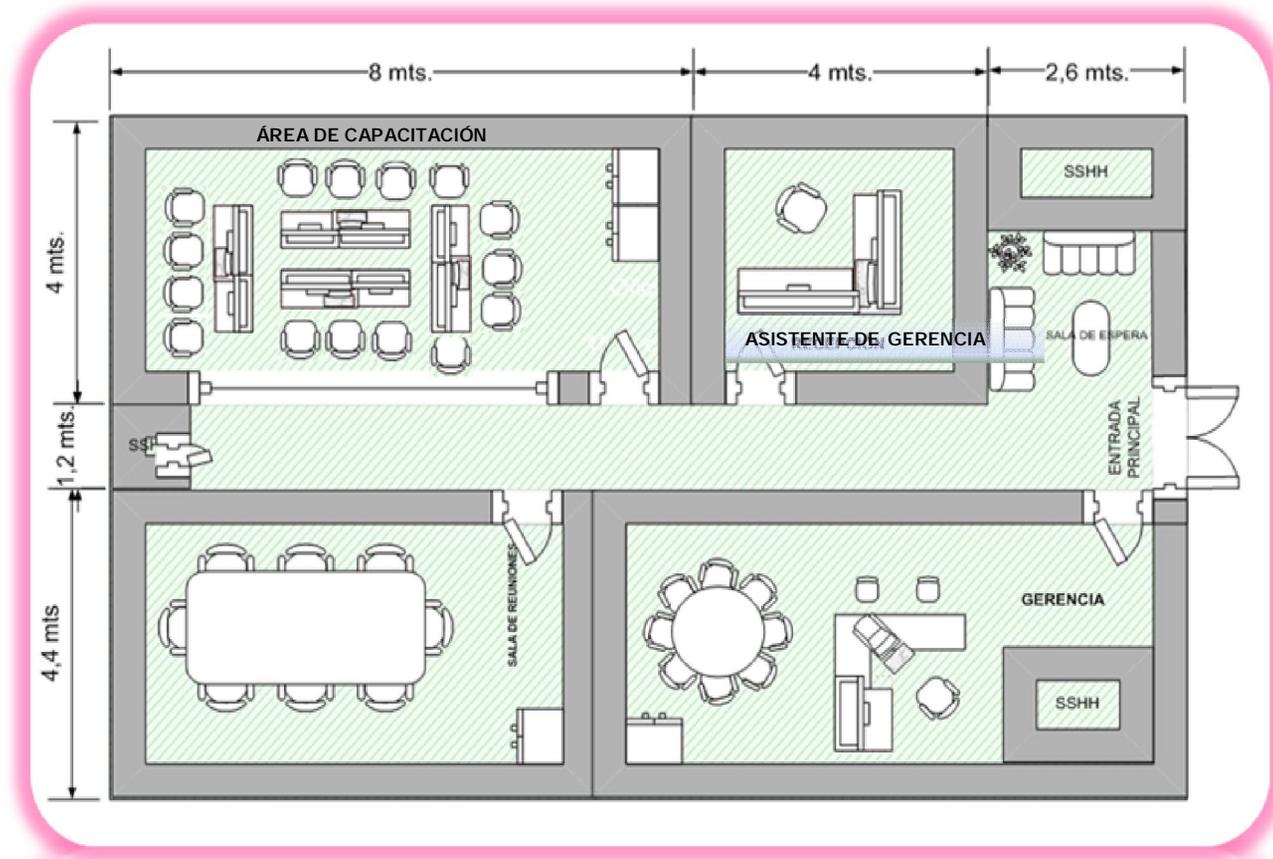
  

<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 24.959,00</b>
--------------------------------	---------------------

Elaborado por: Tania Jácome

### 2.3.2. Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo:

Ilustración 24: Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo



Elaborado por: Tania Jácome

2.3.3. Calendario de Ejecución del Proyecto:

Tabla 39: Calendario de Ejecución del Proyecto

No	ACTIVIDAD	TIEMPO																					
		MESES							8				9				10				11		
		2	3	4	5	6	7	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
SEMANAS																							
1	Elaboración del Proyecto	■	■	■	■	■	■																
2	Trámites Legales							■	■														
3	Trámites Bancarios									■	■												
4	Compra Materiales y Equipos											■											
5	Reclutamiento de Personal											■	■	■									
6	Selección de Personal														■	■							
7	Capacitación e Inducción																■	■	■				
8	Inicio de Actividades																		■	■	■		

Elaborado por: Tania Jácome

## **2.4. Aspectos Ambientales**

### **2.4.1 Legislación Vigente:**

La empresa de Proactividad trabajará según lo señalado en la Constitución vigente desde el 20 de Octubre del 2008, Artículo 395 de la Sección Primera (Naturaleza y ambiente) del Capítulo Segundo (Biodiversidad y recursos naturales), correspondiente al TITULO VII ateniéndose a las normas, acciones y medidas de mitigación implantadas por el Estado con respecto a la utilización de Recursos Naturales y cuidado del Medio Ambiente.

### **2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales:**

Los impactos ambientales de una empresa de Servicios, se basa principalmente en la conservación de Recursos Naturales, es decir que el impacto más grande que pudiera tener la empresa sobre el medio ambiente es la sobre utilización de recursos no renovable como la energía eléctrica y el agua potable, entre los principales, así como también controlar el consumo de papel y cualquier otro recurso que pueda ser objeto de reciclaje.

### **2.4.3 Medidas de Mitigación:**

La Empresa de Proactividad, trabajará bajo un esquema que permita mitigar los posibles impactos para con el medio ambiente, es por eso que dentro de sus políticas y lineamientos es importante implantar un modelo de gestión que integre el reciclaje de papel, ahorro y disminución de energía eléctrica, etc.

## **CAPÍTULO III**

### **LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

#### **3.1 Base Legal:**

##### **3.1.1. Constitución de la Empresa:**

La Empresa de Proactividad, se constituye según el régimen jurídico de la Compañía de Responsabilidad Limitada, su objeto deberá contraerse únicamente a la actividad de capacitación, en cualquiera de sus manifestaciones. Los socios de este tipo de compañía deberán acreditar título profesional conferido por un instituto de educación superior del país o del extranjero. (VER ANEXO 2)

##### **3.1.2. Tipo de Empresa:**

La Empresa de Proactividad, está destinada a ofrecer un servicio de capacitación contratado y proporcionado a Ministerios y Empresas Aseguradoras, por personas especialmente capacitadas y calificadas para brindar asistencia a las empresas y/o instituciones de manera objetiva e independiente, con el fin de identificar problemas de desempeño laboral, analizarlos y brindar soluciones a esos problemas.

Al analizar e investigar de conformidad con el Código Industrial Uniforme (CIU), la Empresa de Proactividad se ubica en:

Tabla 40: CIU

K 7414	ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL Y EN MATERIA DE GESTION.
K 7414.0	ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL Y EN MATERIA DE GESTION.
K 7414.00	Actividades de arbitraje y conciliación entre la gerencia y el personal.
K 7414.01	Actividades de planificación, organización, funcionamiento, control e información administrativa.
K 7414.02	Actividades de asesoramiento en relaciones públicas y comunicación.
K 7414.03	Actividades de asesoramiento y gestión, combinados.
K 7414.04	Actividades de gestión de sociedades de cartera.
K 7414.09	Otras actividades de asesoramiento empresarial y en materia de gestión.

Fuente: CIU

### 3.1.3. Razón Social, Logotipo, Slogan:

# VIVE PROACTIVO CIA LTDA



## Conócete Acéptate Supérate

## 3.2 Base Filosófica de la Empresa:

### 3.2.1. Visión:

“Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización”.

“El contestar estas preguntas le puede orientar para definir la visión de la empresa.

- ¿Cómo será el proyecto cuando haya alcanzado su madurez en unos años?
- ¿Cuáles serán los principales productos y servicios que ofrezca? -¿Quiénes trabajarán en la empresa?
- ¿Cuáles serán los valores, actitudes y claves de la empresa?
- ¿Cómo hablarán de la empresa los clientes, los trabajadores y la gente en general que tenga relación con ella?”<sup>34</sup>

### VISIÓN 2015

“Posicionar a la Empresa de Proactividad como una empresa líder en brindar servicios de capacitación de calidad y diferenciado y así, obtener reconocimiento nacional e internacional como la mejor empresa de Capacitación en cursos de Proactividad”

### 3.2.2. Misión:

“Define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización”.

---

<sup>34</sup> Visión: [http://www.trabajo.com.mx/vision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm)

- Definir cómo es la organización y cómo querría ser.
- Ser lo bastante limitada para excluir algunos negocios y lo bastante amplia para dar cabida al crecimiento creativo.
- Diferenciar a una organización cualquiera de las demás.
- Servir de marco para evaluar las actividades presentes y futuras.
- Hacer su declaración en términos lo bastante claros como para que los pueda entender bien toda la organización”.<sup>35</sup>

## MISIÓN

“Somos una empresa de capacitación en Proactividad, ágil, competitiva e innovadora, enfocada en superar las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo Servicios de Calidad a las empresas del Distrito Metropolitano de Quito”.

### 3.2.3. Objetivos Estratégicos:

“Se hacen con un alcance de cinco años y mínimo de tres. Esto depende del tamaño de la empresa. Los objetivos organizacionales tienen la duración de un año y sirven para definir el futuro del negocio”.<sup>36</sup>

- Desarrollar soluciones adecuadas al tamaño y estructura de las empresas que aumenten la rentabilidad de nuestros clientes.
- Impulsar el crecimiento de nuestros clientes, mediante la experiencia y apoyo técnico.
- Participar activamente en la mejora de la gestión empresarial de nuestros clientes.

<sup>35</sup> Misión: [http://www.trabajo.com.mx/mision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm)

<sup>36</sup> Objetivos Estratégicos: <http://www.monografias.com/trabajos>

- Fortalecer la gestión empresarial de nuestros clientes para superar los retos y asegurar mejores oportunidades de crecimiento.

### 3.2.4. Principios y Valores:

**PRINCIPIOS:** “Son imperativos de tipo general que nos orientan acerca de qué hay de bueno y realizable en acciones y de malo y evitable en otras”.

- Ⓢ **Profesionalismo:** Contamos con un equipo comprometido con la Calidad y Profesionalismo.
- Ⓢ **Servicio:** Priorizamos la Calidad de Servicio ante todo, un cliente satisfecho es nuestra mejor carta de presentación.
- Ⓢ **Trabajo en Equipo:** Sabemos que el éxito es fruto del sacrificio y el trabajo constante de todo grupo humano que está decidido a alcanzarlo.

**VALORES:** “Define el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional”.<sup>37</sup>

En la empresa Vive Proactivo Cia. Ltda. se van a fomentar los siguientes valores:

---

<sup>37</sup> Valores y Principios: [http://www.webandmacros.com/Mision\\_Vision\\_Valores\\_CMI.htm](http://www.webandmacros.com/Mision_Vision_Valores_CMI.htm)

- **Confianza:** Garantizamos la obtención de Resultados.
- **Integridad:** Transparencia en el manejo de Información Confidencial.
- **Respeto:** Por nuestros clientes y su tiempo, nuestro deber nace de sus necesidades.

### 3.2.5. Estrategia Empresarial:

"Define los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr una inserción óptima de esta en su entorno".<sup>38</sup>

#### 3.2.5.1. Estrategia de Competitividad:

"La definición de estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos, este tipo de estrategia se la puede definir por liderar precios en el mercado o por segmentación".<sup>39</sup>

##### *Segmentación o especificación hacia:*

- a) Instituciones públicas, con énfasis en Ministerios Coordinadores y Ministerios Sectoriales que funcionan en la ciudad de Quito.
- b) Compañías de seguros que disponen de oficinas en la ciudad de Quito.

---

<sup>38</sup> Estrategia Empresarial: <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/06/estrategia.html>

<sup>39</sup> M. Porter [121]. Estrategias Competitivas. (1992).

### **3.2.5.2. Estrategia de Crecimiento:**

Buscar mecanismos que en mediano plazo aseguren incrementar el número de participantes a los cursos de proactividad (Funcionarios, Empleados y Trabajadores).

Ampliar los horizontes empresariales a otros destinos, abriendo sucursales en ciudades como: Guayaquil, Cuenca, Ambato, reforzando acciones publicitarias.

### **3.2.5.3. Estrategia de Competencia:**

"En la estrategia de competencia se describe la forma en que se conquistan cuotas de mercado a los competidores."<sup>40</sup>

Promocionar los servicios mediante una web, y proporcionar artículos y tips sobre proactividad.

Generar un valor agregado a través de ofrecer reuniones relacionadas con la proactividad en las unidades de los ministerios o compañías de seguros que presenten dificultades, como enganche de los cursos a nivel institucional.

### **3.2.5.4. Estrategia Operativa:**

Incorporación de tecnología para cursos online

## **3.3 Estrategias de Mercadotecnia:**

"La estrategia comercial está representada por las clásicas 4<sup>ps</sup> de la mercadotecnia (producto, precio, promoción y plaza), cada una de las cuales integra una gran variedad de herramientas para atraer al cliente y facilitar el

---

<sup>40</sup> <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=6&sg=43>

intercambio del producto, integrando un todo en el que la falta en una parte afecta al conjunto (ej. Un excelente producto con una mala distribución está condenado al fracaso).<sup>41</sup>

### 3.3.1. Estrategia de Precio:

"Esta variable tiene una estrecha correspondencia por ejemplo, puede ser alto, medio o bajo."<sup>42</sup>

- ✿ Otorgar descuentos por pagos en efectivo o volúmenes de demandantes.
  
- ✿ Ofrecer formas de financiamiento.

### 3.3.2. Estrategia de Promoción:

"Su papel es informar, persuadir y reafirmar la preferencia del cliente, con las herramientas de la publicidad, promociones (regalos, descuentos, rifas, etc.) relaciones públicas y fuerzas de ventas."<sup>43</sup>

- 🌀 Marketing objetivo mediante catálogos, trípticos, folletos que contengan información sobre el servicio
  
- 🌀 Participar en ferias y exposiciones a fin de incrementar la oferta del servicio.
  
- 🌀 Realizar anuncios en medios de comunicación e impresos como periódicos y revistas relacionadas con el target.
  
- 🌀 Desarrollar los servicios que ofrece la empresa mediante Tele mercadeo.

---

<sup>41</sup> <http://www.emexico.gob.mx/work/resources/LocalContent/9840/1/temaIV.html>

<sup>42</sup> <http://www.emexico.gob.mx/work/resources/LocalContent/9840/1/temaIV.html>

<sup>43</sup> <http://www.emexico.gob.mx/work/resources/LocalContent/9840/1/temaIV.html>

- Dar obsequios (bolígrafos, llaveros, agendas, etc.) con el nombre o logotipo de la empresa, para lograr acercamiento con los clientes.

### 3.3.3. Estrategia de Servicio:

“Constituye el corazón de la estrategia comercial, tal que a través del manejo de los atributos de calidad, servicio e imagen se construye un perfil de producto de particular interés para un espacio del mercado.”<sup>44</sup>

- Posicionar la marca del servicio VIVE PROACTIVO CIA LTDA en el mercado meta como: calidad y satisfacción.
- Elaborar un pequeño catálogo que se entregue al cliente donde conste la información sobre los programas a dictarse.

### 3.3.3. Estrategia de Plaza:

“Se plantea el modo en que se mueve el producto desde la fábrica hasta el consumidor (canales y puntos de venta), lo cual es de primordial importancia ya que gran parte de la batalla se libra en estos lugares.”<sup>45</sup>

- ⊕ Capacitación a través de la empresa VIVE PROACTIVO CIA LTDA que es la capacitadora oficial de cursos de proactividad
- ⊕ Apertura de puntos de capacitación ubicados estratégicamente a cargo de VIVE PROACTIVO CIA LTDA.

---

<sup>44</sup> <http://www.emexico.gob.mx/work/resources/LocalContent/9840/1/temaIV.html>

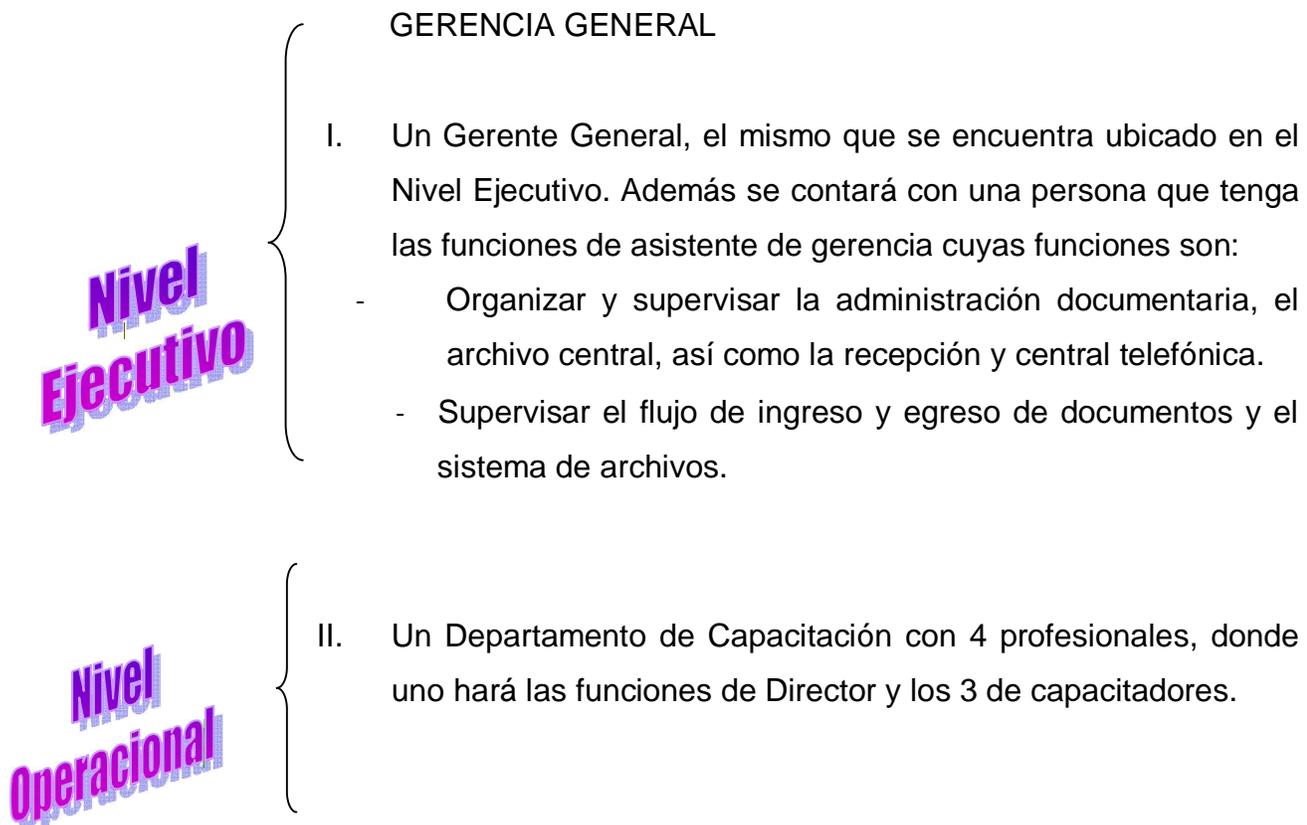
<sup>45</sup> <http://www.emexico.gob.mx/work/resources/LocalContent/9840/1/temaIV.html>

## 3.4 La Organización:

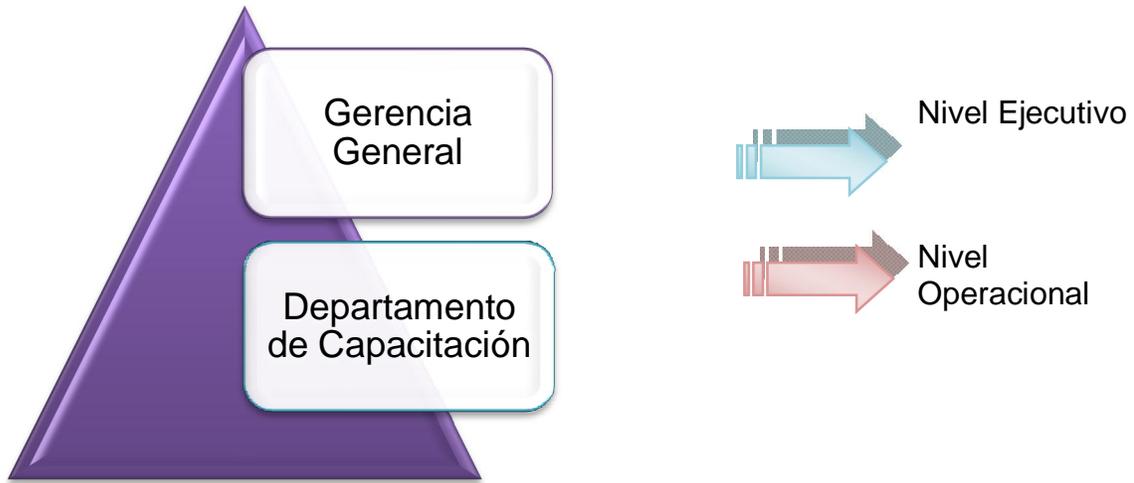
### 3.4.1 Estructura Orgánica:

"La estructura orgánica es la forma en que están cimentadas y ordenadas las unidades administrativas de una institución, organización u órgano y la relación que guarda entre sí, dicho de otra manera se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la empresa u organización en cuanto a las relaciones entre el o los gerentes y los colaboradores"<sup>46</sup>

La empresa VIVE PROACTIVO CIA LTDA, estará conformada de la siguiente manera:



<sup>46</sup> [http://www.wikilearning.com/curso\\_gratis/la\\_administracion\\_de\\_recursos\\_humanos-estructura\\_organica/15947-22](http://www.wikilearning.com/curso_gratis/la_administracion_de_recursos_humanos-estructura_organica/15947-22)



ELABORADO POR: Tania Jácome

### 3.4.2 Responsabilidades:

#### ➔ GERENCIA GENERAL:

Es responsabilidad de la Gerencia General ejercer la administración a través de la planificación, organización, supervisión, y control de las actividades de la empresa.

Entre los objetivos de la gerencia está lograr la eficiencia en la administración para incrementar el índice de producción y productividad de la organización a través de una eficaz coordinación; garantizando el control de la calidad en los proyectos, programas y procesos desarrollados y ejecutados por la empresa de proactividad.

- Gerente General:
  - Programar y supervisar los estudios técnicos y/o científicos de la empresa de Proactividad y elaborar informes, propuestas y recomendaciones sobre los proyectos definidos.

- Realizar evaluaciones de desempeño de los consultores, esto se lo realizara cada mes
- Supervisar las actividades de los miembros del equipo de consultoría en las distintas áreas profesionales.
- Dirigir y diseñar la puesta en marcha de relevamientos y diagnósticos de situación.
- Coordinar el diseño detallado de los sistemas, métodos, normas y procedimientos.
- Elaborar directivas para el diseño de los manuales y/o documentación relevante de los programas asignados.
- Coordinar los programas de capacitación de los integrantes del equipo y el material correspondiente, en función de los proyectos asignados.
- Elaborar los cronogramas de trabajo y determinar la asignación de tareas a los expertos y capacitadores.
  - **Asistente de Gerencia:**
- ✚ Organizar y supervisar la administración documentaria, el archivo central, así como la recepción y central telefónica.

- ✚ Supervisar el flujo de ingreso y egreso de documentos y el sistema de archivos.
- ✚ Dar información de los servicios que se ofrece en la empresa.
- ✚ Llevar la agenda actualizada de la Gerencia General.
- ✚ Elaboración de proformas para los clientes
- ✚ Preparar información Técnica necesaria para la presentación de ofertas de los cursos.
- ✚ Atender solicitudes de los clientes.

➤ **DEPARTAMENTO DE CAPACITACIÓN:**

La principal función del departamento es capacitar, cuyo compromiso es diseñar y promover nuevas experiencias que apoyen a las personas para la obtención de resultados extraordinarios en su vida laboral, de tal manera que abran la posibilidad de lo que nunca creyeron posible; contará con 4 capacitadores.

⊕ **Director:**

- § Supervisar las actividades del equipo de capacitadores de distintas categorías.
- § Realizar evaluaciones mensuales de los capacitadores B

- § Efectuar el diseño detallado de los sistemas, métodos, normas y procedimientos.
- § Elaborar los manuales y/o documentación relevante de los programas asignados
- § Elaborar los programas de capacitación de los integrantes del equipo y el material correspondiente, en función de los programas asignados.
- § Transferir conocimiento y técnicas al grupo de trabajo bajo su supervisión.

✦ **Capacitadores:**

- Planificar y ejecutar los programas de capacitación que estén a su cargo con el fin de lograr los resultados asignados.
- Realizar auto-evaluaciones de desempeño y elaborar informes, propuestas y recomendaciones, con su correspondiente discusión.
- Efectuar el diseño detallado de sistemas, métodos, normas y procedimientos.
- Elaborar los manuales y la documentación relevante de los programas asignados.

➔ **Contador Externo.** Este será contratado por honorarios; su función será:

- ⊕ Presentar los registros de diario, mayor, inventarios, cuentas de bancos.
- Estados financieros a presentar e indicadores financieros.
- Revisar que las conciliaciones bancarias se encuentren conforme de acuerdo a los movimientos bancarios y los registros internos.
- ⊕ Revisar y firmar el preliminar de las declaraciones mensuales de impuestos
- Estará al tanto de las nuevas leyes fiscales.
- Participar en reuniones de trabajo indicadas por el jefe inmediato.

### 3.4.3 Perfiles Profesionales:

#### 🌀 **Gerente General:**

- Preferentemente con Postgrados, Doctorado, Maestrías
- Experiencia en cargos similares mínima de 5 años
- Formación profesional Marketing o Administración de Empresas
- Idioma Extranjero

### **Asistente de Gerencia**

- Excelente presencia
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares
- Conocimientos excelentes en computación
- Excelente actitud de servicio
- Disponibilidad de horario
- Formación académica: secundaria o superior

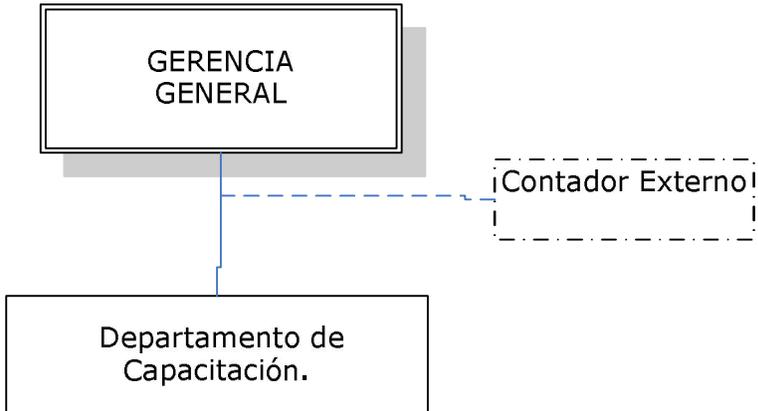
### **Capacitadores:**

- Dominar conocimientos de información sobre los principios pedagógicos actuales con énfasis en el desarrollo de capacidades de comunicación y de la formación en valores.
- Dominio de estrategias para el trabajo en equipo
- Poseer habilidades comunicativas que le facilitan interactuar
- Idioma Extranjero

### **Contador Externo:**

- CPA – CBA
- Tres años de experiencia profesional y manejo de sistemas contables.
- Manejo de utilitarios básicos de computación
- Registro actualizado del Colegio de Contadores

### 3.4.4 Organigrama Estructural:



El Organigrama Estructural de *"VIVE PROACTIVO CIA LTDA"* está plasmado por la Gerencia General, donde se encuentra el Gerente General y la Asistente de Gerencia, seguido del Departamento de Capacitación ahí están los capacitadores y como apoyo se cuenta con un Contador Externo.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 4.1 Presupuestos

“Un presupuesto es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año. Permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos”<sup>47</sup>.

En otras palabras, un presupuesto, es un conjunto de pronósticos en términos financieros referentes a un período precisado. Un presupuesto es un artificio que permite a la dirección planear y controlar las actitudes de una empresa de modo que pueden realizar sus objetivos en cuanto a ganancias y servicios

##### 4.1.1. Presupuestos de Inversión:

“Este presupuesto está integrado por el conjunto de erogaciones que es necesario realizar para conformar la infraestructura física (maquinaria, terreno, edificios, instalaciones, etc) e intangible que le permitirá al proyecto transformar un conjunto de insumos en un producto determinado. Desde el punto de vista de la técnica contable, estas erogaciones se llaman activos totales del proyecto, las cuales se clasifican en activos fijos, diferidos y circulantes o capital de trabajo. La clasificación contable conduce a elaborar tres presupuestos: el de inversión fija, el de inversión diferida y el de capital de trabajo o inversión circulante, que agrupa al activo de acuerdo con su permanencia en la empresa.”<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> BURBANO, Jorge y ORTIZ, Alberto. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos.

<sup>48</sup> NACIONAL FINANCIERA, Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión, Pág.80 - 83

**Tabla 41: Presupuesto de Inversión**

**ACTIVOS FIJOS**

DETALLE	VALOR
Muebles de Oficina	\$ 4.000,00
Equipo de Oficina	\$ 6.700,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 10.700,00</b>

**ACTIVOS DIFERIDOS**

DETALLE	VALOR
Gastos de Constitución	\$ 500,00
Trámites Legales	\$ 600,00
Registro de Patentes	\$ 1.500,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 2.600,00</b>

**CAPITAL DE TRABAJO:**

DETALLE	VALOR
Capital de Trabajo (3 meses)	\$ 11.659,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 11.659,00</b>

<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 24.959,00</b>
--------------------------------	---------------------

ELABORADO POR: Tania Jácome







### 4.1.1.2. Activos Intangibles:

"Son costos referentes a la puesta en marcha, a costos de organización, patentes y similares"<sup>52</sup>.

**Tabla 45: Activos Intangibles**

DIFERIDOS	V. UNITARIO	V. TOTAL
Gastos de Constitución	500,00	500,00
Trámites Legales	600,00	600,00
Registro de Patentes	1.500,00	1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.600,00</b>	<b>2.600,00</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

**Tabla 46: Amortización Activo Diferido**

"Los Activos Diferidos constituyen gastos capitalizables que rendirán beneficios en periodos futuros relativamente largos. Los activos diferidos son aquellos que se deben amortizar, no se pueden recuperar, son gastos a prorratearse a largo plazo"<sup>53</sup>



ELABORADO POR: Tania Jácome

<sup>52</sup> BURBANO, Jorge y ORTIZ, Alberto. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos.

<sup>53</sup> ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO, Contabilidad General, Pág. 129 - 130

### 4.1.1.3. Capital de Trabajo:

"El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo, destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos."<sup>54</sup>

"Ciclo de Caja: Es el tiempo que transcurre entre el momento en que se efectúan las salidas de efectivo, hasta el momento de la recuperación del mismo".<sup>55</sup>

Para el cálculo del Capital de Trabajo se utilizó el método del Ciclo de Caja que consiste en establecer el tiempo que demora en recuperarse un dólar invertido en la empresa.

Para el presente estudio el capital de trabajo está considerado para 90 días (3 meses).

$$K = \text{Capital Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolsos X Año}}{\text{Rotación De Efectivo}} = \frac{TDA}{RE}$$

$$\text{Donde: } RE = \frac{360 \text{ días}}{CC} = \frac{360}{90} = 4$$

$$\text{Entonces: } K = \frac{TDA}{RE} = \frac{\$46.636,00}{4} = \$11.659,00$$

---

<sup>54</sup> <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoImportanciaCapitalDeTrabajo>

<sup>55</sup> Planeación y Control del Activo Circulante: <http://www.itistmo.edu.mx>



### 4.1.3. Presupuestos de Operación:

#### 4.1.3.1. Presupuestos de Ingresos:

"Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender y el precio de los productos"<sup>57</sup>.

**Tabla 49: D.I. - Presupuestos de Operación**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPTACION 8%
2010	206	7	199	15
2011	211	7	204	16
2012	215	8	207	17
2013	220	8	212	17
2014	225	8	217	17

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: Tania Jácome

**Tabla 50: Presupuesto de Ingreso**


FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: Tania Jácome

---

<sup>57</sup> Toro Díaz, J.: "Formulación y evaluación de proyectos"







#### 4.1.3.4. Estructura de Financiamiento:

Tabla 54: Estructura de Financiamiento


ELABORADO POR: Tania Jácome

Se ha decidido financiar el proyecto por medio de un Crédito Productivo, operación que se llevará a cabo con Banco Pichincha C.A., actualmente la tasa de interés es del 17,40%<sup>60</sup>

Para la realización de la tabla de amortización se empleó la siguiente fórmula:

$$\text{Valor} - \text{Cuota} - \text{Capital} = \frac{A}{N - \text{Periodos}}$$

$$j = (\text{Capital} - \text{Cuota Capital}) * \text{Tasa Bancaria}$$

Donde:

- A: Capital
- j: Tasa de Interés
- N: Periodos

---

<sup>60</sup> [www.picaval.com.ec](http://www.picaval.com.ec), Reporte de Mercado, 20 de Enero del 2010

**Tabla 55: Amortización**


ELABORADO POR: Tania Jácome

#### **4.1.4. Punto de Equilibrio:**

"Se denomina Punto de Equilibrio de una empresa al volumen productivo correspondiente a una situación en la que no se obtienen beneficios pero tampoco se incurre en pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos"<sup>61</sup>.

Para calcular el punto de equilibrio económico de la empresa, se necesita realizar la clasificación de costos (ya sean fijos o variables).

---

<sup>61</sup> Nicko Gomero González; "Formulación y Evaluación de Proyectos"

Tabla 56: Clasificación de los Costos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>49.743,80</b>	<b>49.222,66</b>	<b>48.701,51</b>	<b>48.180,37</b>	<b>47.659,22</b>
SUELDOS Y SALARIOS	34.416,00	34.416,00	34.416,00	34.416,00	34.416,00
GASTO ARRIENDO	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
GASTO DEPRECIACIÓN	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00	2.340,00
GASTO MANTENIMIENTO	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00
GASTO AMORTIZACIÓN ACT. D	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
PAGO INTERESES	2.605,72	2.084,58	1.563,43	1.042,29	521,14
SERVICIO DE LA DEUDA	2.995,08	2.995,08	2.995,08	2.995,08	2.995,08
GASTO DE PUBLICIDAD	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
MATERIAL DE LIMPIEZA	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>5.460,00</b>	<b>2.700,00</b>	<b>2.700,00</b>	<b>2.700,00</b>	<b>2.700,00</b>
SERVICIOS BÁSICOS	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
ÚTILES DE OFICINA	2.760,00	2.760,00	2.760,00	2.760,00	2.760,00
INGRESOS POR VENTAS	67.500,00	73.440,00	74.520,00	76.320,00	78.120,00
PRECIO VENTA UNITARIO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	24,27	11,03	10,87	10,61	10,37
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	54.121,64	53.176,11	52.551,94	51.892,83	51.240,55
PUNTO DE EQUILIBRIO Q	180	170	168	166	165

ELABORADO POR: Tania Jácome

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares se aplicó la siguiente fórmula:

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{I}}$$

■ Donde:

CF = costos fijos;

CVT = costo variable total;

Y= ingresos x ventas

$$PE_s = \frac{49.743,80}{1 - \frac{5.460,00}{67.500,00}}$$

$$PE\$ = 54.121,64$$

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se aplicó la siguiente fórmula:

$$PE_q = \frac{CF}{PV_q - CV_q}$$

■ Donde:

CF = costos fijos;

PVq = precio de venta unitario;

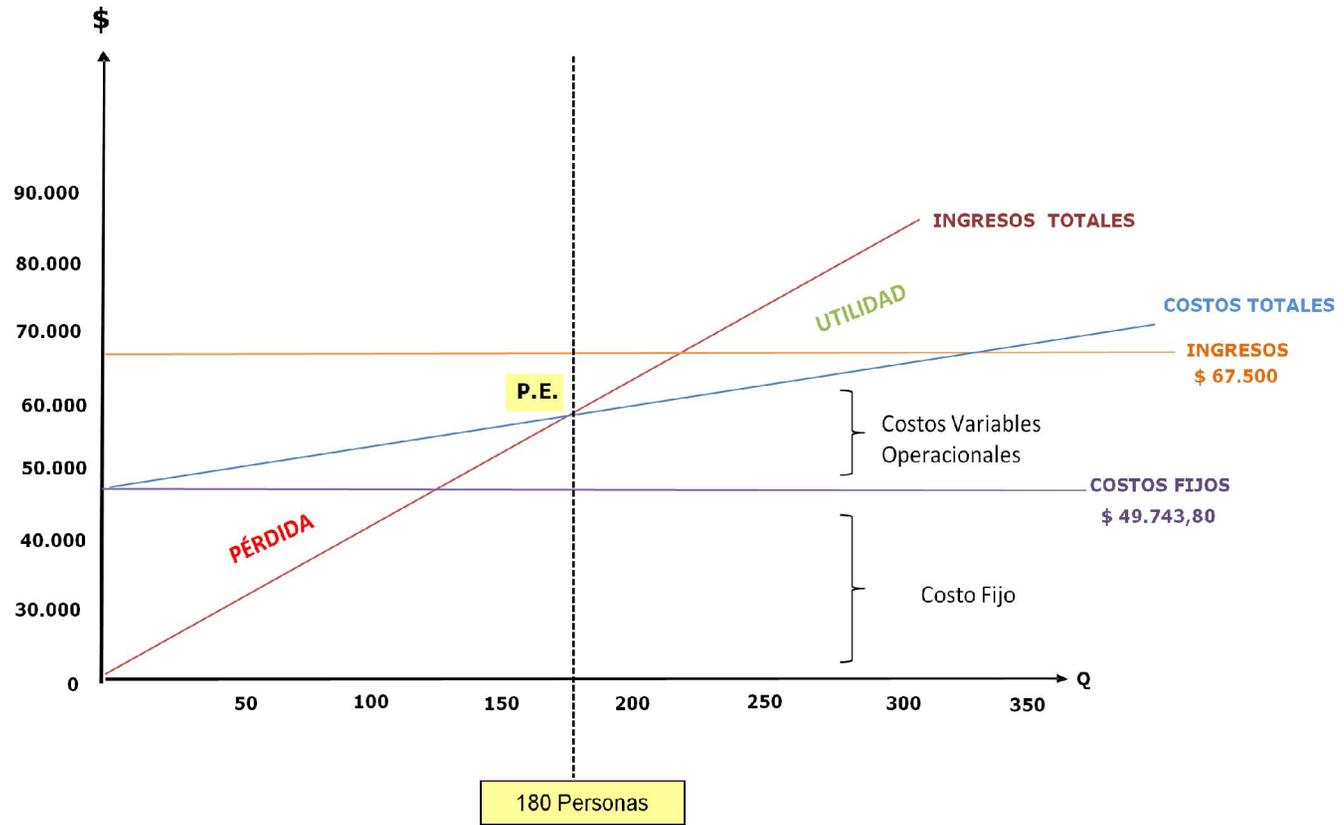
CVq = costo variable unitario

$$PE_q = \frac{49.743,80}{300 - 24,27}$$

$$PEQ = 180$$

Para no ganar ni perder se debe atender a 180 personas con un ingreso de \$54.121,64.

### Ilustración 25: Punto de Equilibrio



ELABORADO POR: Tania Jácome

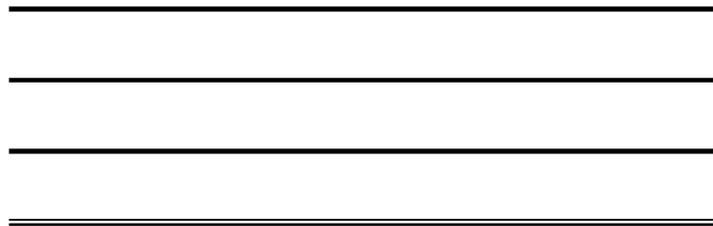
## 4.2. Estados Financieros Proyectados

### 4.2.1 Del Proyecto (Sin Financiamiento):

#### 4.2.1.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

“Un estado de resultados (denominado a veces estado de ganancias y pérdidas) detalla sus ingresos y sus egresos, y le permite saber cuáles son sus ganancias o sus pérdidas durante un período determinado”<sup>62</sup>.

**Tabla 57: Estado de Resultados Proyectados Sin Financiamiento**




ELABORADO POR: Tania Jácome

---

<sup>62</sup> Nicko Gomero González; “Formulación y Evaluación de Proyectos”

### 4.2.1.1. Flujo Neto de Fondos

“Puesto que algunos gastos contables no constituyen desembolsos de efectivo, como el Gasto de Depreciación de activos Fijos y el Gasto de Amortización de Activos Diferidos, es necesario que estos gastos no desembolsables sean tomados en cuenta para la construcción del Flujo Neto de Fondos de la Empresa”<sup>63</sup>.

**Tabla 58: Flujo Neto de Fondos Sin Financiamiento**

<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Captación del 8%		15	16	17	17	17
No de Personas por Evento		15	15	15	15	15
Precio Unitario		300	300	300	300	300
<b>TOTAL</b>		<b>67.500,00</b>	<b>73.440,00</b>	<b>74.520,00</b>	<b>76.320,00</b>	<b>78.120,00</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
SUELDOS Y SALARIOS		34.416,00	34.416,00	34.416,00	34.416,00	34.416,00
SERVICIOS BÁSICOS		2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00
GASTO ARRIENDO		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
ÚTILES DE OFICINA		2.760,00	2.760,00	2.760,00	2.760,00	2.760,00
MATERIAL DE LIMPIEZA		960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
GASTO MANTENIMIENTO		107,00	107,00	107,00	107,00	107,00
GASTO DE PUBLICIDAD		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
<b>TOTALES</b>		<b>46.743,00</b>	<b>46.743,00</b>	<b>46.743,00</b>	<b>46.743,00</b>	<b>46.743,00</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	<b>0,00</b>	<b>20.757,00</b>	<b>26.697,00</b>	<b>27.777,00</b>	<b>29.577,00</b>	<b>31.377,00</b>
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-2.684,55	-3.575,55	-3.737,55	-4.007,55	-4.277,55
25% IMPUESTO A LA RENTA		-3.803,11	-5.065,36	-5.294,86	-5.677,36	-6.059,86
NUEVAS INVERSIONES				-4.500,00		-2.200,00
VALOR RESIDUAL						1.067,00
INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO	10.700,00					
INVERSIÓN EN ACTIVO DIFERIDO	2.600,00					
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO	11.659,00					11.659,00
<b>TOTALES</b>	<b>24.959,00</b>	<b>-6.487,66</b>	<b>-8.640,91</b>	<b>-13.532,41</b>	<b>-9.684,91</b>	<b>188,59</b>
<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>-24.959,00</b>	<b>14.269,34</b>	<b>18.056,09</b>	<b>14.244,59</b>	<b>19.892,09</b>	<b>31.565,59</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

<sup>63</sup> Nicko Gomero González; “Formulación y Evaluación de Proyectos”

**Tabla 59: Tabla de Beneficios Netos del Proyecto**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		67.500,00	73.440,00	74.520,00	76.320,00	78.120,00
EGRESOS	24.959,00	53.230,66	55.383,91	60.275,41	56.427,91	46.554,41
<b>BENEFICIOS NETOS</b>	<b>-24.959,00</b>	<b>14.269,34</b>	<b>18.056,09</b>	<b>14.244,59</b>	<b>19.892,09</b>	<b>31.565,59</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

#### 4.2.2. Del Proyecto (Con Financiamiento):

##### 4.2.2.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias):

**Tabla 60: Estado de Resultados Projectado Con Financiamiento**

---

---

---

---

---

ELABORADO POR: Tania Jácome



**Tabla 62: Tabla de Beneficios Netos del Inversionista**


ELABORADO POR: Tania Jácome

### **4.3 Evaluación Financiera:**

“La evaluación financiera de proyectos se constituye en una etapa de comprobación y tiene como principal función verificar la información y la viabilidad del Proyecto, es decir se procede a la evaluación financiera para saber si el proyecto es factible o no”<sup>64</sup>.

#### **4.3.1. Determinación de la Tasa de Descuento**

“La tasa de descuento no es más que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), que se determina de acuerdo al costo de Capital en función de las alternativas posibles de inversión establecidas por el mercado”.

De este modo, se determina una tasa libre de riesgo que esta determinada por el rendimiento de los Bonos del Estado los cuales mantienen una tasa del 9,50% a la cual se incrementa una tasa correspondiente al riesgo inherente de cualquier inversión. Esta tasa, denominada premio al riesgo, se determina en base a los activos monetarios negociados en forma más común en el país en este caso se asumirá el 2,5% como tasa de premio al riesgo.

##### **4.3.1.1. Del Proyecto (sin financiamiento):**

$$\text{TMAR} = \text{Tasa Pasiva Banco Central} + \% \text{ Premio al Riesgo}$$

---

<sup>64</sup> Flores Ballesteros; Emilio ADMINISTRACION DE PROYECTOS II

**Tabla 63: TMAR Sin Financiamiento**

TASA PASIVA BCE	8,00%
% PREMIO AL RIESGO	4,0%
<b>TMAR =</b>	<b>12,00%</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

Cuando el proyecto no requiere financiamiento externo de un banco o de terceros esta es la única tasa de descuento que se utiliza.

#### **4.3.1.2. Del Proyecto (con financiamiento):**

En este caso se considera la ponderación del costo de capital para recursos propios y la tasa de interés del financiamiento.

**TMAR = Tasa Activa Banco Pichincha: 17,40%**

**Tabla 64: TMAR Con Financiamiento**

TIPO DE APOORTE	PARTICIPACIÓN %	TMAR	PONDERACIÓN
RECUROS PROPIOS	40%	12,00%	4,80
FINANCIAMIENTO	60%	17,40%	10,44
		<b>TMAR GLOBAL</b>	<b>15,24</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

*El mínimo de rentabilidad que debe tener el proyecto es del 15,24%*

## 4.3.2. Evaluación Financiero del Proyecto - Inversionista

### 4.3.2.1. Criterios de Evaluación

“La evaluación financiera permite determinar la factibilidad o no de un proyecto y si éste es conveniente para el inversionista, luego de haber determinado la inversión inicial neta y los flujos de fondos.

La decisión de seleccionar una inversión se la puede realizar mediante la aplicación de los diversos métodos de evaluación, los cuales se los puede agrupar en dos secciones:

- **Métodos Estáticos o Convencionales** que excluyen el valor del dinero en el tiempo y los
- **Métodos Dinámicos o de Descuento** que por el contrario si toman en consideración la oportunidad en el tiempo que tienen los flujos de efectivo<sup>65</sup>

### 4.3.2.2. Valor Actual Neto (VAN)

“El Valor Actual Neto (VAN) mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden la rentabilidad esperada después de recuperar toda la inversión, es por eso que el VAN se calcula a partir de los flujos de caja proyectados a partir del primer periodo de operación, restando la inversión realizada inicialmente<sup>66</sup>.

Es decir, es una expresión monetaria de rentabilidad, después de recuperar todas las inversiones.

$$VAN = \frac{FNF}{(1+i)^1} + \frac{FNF}{(1+i)^2} + \frac{FNF}{(1+i)^n} - Inv$$

$$VAN = INV.INICIAL - \sum_{n=1}^n \frac{FNF_n}{(1+i)^n}$$

■ Donde:

**VAN** = Valor Actual Neto

<sup>65</sup> LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 100

<sup>66</sup> Nicko Gomero Gonzales; “Formulación y Evaluación de Proyectos”

FNF = Flujo Neto de Fondos (Ingresos – Egresos)

n = Horizonte del proyecto

i = Tasa de Interés (TMAR)

**Criterios de Decisión:**

- Ø Si el VAN > 0, se debe ejecutar el proyecto
- Ø Si el VAN < 0, no es recomendable ejecutar el proyecto
- Ø Si el VAN = 0, se puede o no ejecutar el proyecto

**Tabla 65: VAN Sin Financiamiento**

AÑO	INGRESOS	$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$ 12,00%	EGRESOS	BENEFICIOS NETOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS
0	-----		24.959,00	-24.959,00	-----	24.959,00	-24.959,00
1	67.500,00	0,892857143	53.230,66	14.269,34	60.267,86	47.527,38	12.740,48
2	73.440,00	0,797193878	55.383,91	18.056,09	58.545,92	44.151,72	14.394,20
3	74.520,00	0,711780248	60.275,41	14.244,59	53.041,86	42.902,85	10.139,02
4	76.320,00	0,635518078	56.427,91	19.892,09	48.502,74	35.860,96	12.641,78
5	78.120,00	0,567426856	46.554,41	31.565,59	44.327,39	26.416,22	17.911,16
TOTALES					264.685,77	221.818,12	67.826,64
					VAN		42.867,64

ELABORADO POR: Tania Jácome

El valor del VAN resultó ser \$42.867,64; es decir es mayor que 0, por lo que es recomendable ejecutar el proyecto.



- Donde:

**TDi** = Tasa de Descuento Inicial

**TDs** = Tasa de Descuento Superior

**VAi** = Valor Actual Inicial

**VAs** = Valor Actual Superior

#### Criterios de Decisión:

- Ø Si la TIR > TMAR, se debe ejecutar el proyecto
- Ø Si la TIR < TMAR, no es recomendable ejecutar el proyecto
- Ø Si la TIR < TMAR, se puede o no ejecutar el proyecto

**Tabla 67: TIR Sin Financiamiento**

AÑOS	BENEFICIO NETO	TASA DE DESCUENTO	
		61,00%	75,00%
0	-24.959,00	-24.959,00	-24.959,00
1	14.269,34	8.862,94	8.153,91
2	18.056,09	6.965,81	5.895,87
3	14.244,59	3.413,28	2.657,88
4	19.892,09	2.960,58	2.120,94
5	31.565,59	2.917,99	1.923,20
<b>TOTALES</b>		<b>161,61</b>	<b>-4.207,21</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

$$TIR = 0,61 + (0,75 - 0,61) \frac{161,61}{161,61 - (-4.207,21)}$$

TIR = 61,52%

Tabla 68: Reemplazo de la TIR con la fórmula del VAN

AÑOS	BENEFICIO NETO	TIR
		61,52%
0	-24.959,00	
1	14.269,34	8.834,52
2	18.056,09	6.921,22
3	14.244,59	3.380,55
4	19.892,09	2.922,79
5	31.565,59	2.871,51
TOTAL		24.930,60
MENOS LA INVERSIÓN		0,00

ELABORADO POR: Tania Jácome

Tabla 69: TIR Con Financiamiento

AÑOS	BENEFICIO NETO	TASA DE DESCUENTO	
		113,00%	115,00%
0	-9.983,60	-9.983,60	-9.983,60
1	9.613,11	4.513,20	4.471,21
2	13.732,09	3.026,76	2.970,71
3	10.252,82	1.060,97	1.031,64
4	16.232,55	788,62	759,68
5	28.238,28	644,08	614,68
TOTALES		50,03	-135,68

ELABORADO POR: Tania Jácome

$$TIR = 1,13 + (1,15 - 1,13) \frac{50,03}{50,03 - (-135,68)}$$

$$TIR = 113,54\%$$

**Tabla 70: Reemplazo de la TIR con la fórmula del VAN**

AÑOS	BENEFICIO NETO	TIR
		113,54%
0	-9.983,60	
1	9.613,11	4.501,81
2	13.732,09	3.011,50
3	10.252,82	1.052,96
4	16.232,55	780,69
5	28.238,28	636,00
<b>TOTAL</b>		<b>9.982,96</b>
<b>MENOS LA INVERSIÓN</b>		<b>0,00</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome

### CONCLUSIÓN:

En ambos casos (con y sin financiamiento), la Tasa Interna de retorno TIR es mayor a la Tasa Mínima Aceptada de Rendimiento TMAR, por lo que es recomendable ejecutar el proyecto.

#### 4.3.2.4. Relación Beneficio / Costo

“Mide la productividad del capital invertido y su utilización es obligada cuando los recursos son limitados. Este criterio tiene en cuenta la dimensión relativa de la inversión.”<sup>68</sup>

■ Donde:

**VAB** = Valor Actual de Beneficios

**VAI** = Valor Actual de Inversión

**VAC** = Valor Actual de Costos

“El criterio de selección según la relación beneficio/costo es que se debe aceptar cuando la relación B/C es mayor o igual a 1, siempre que se trate de proyectos independientes”<sup>69</sup>

Para calcular la relación Beneficio/Costo simplemente dividimos el total de Ingresos actualizados para el total de egresos actualizados (incluyendo la inversión inicial), es decir:

$$RELACION\_B/C = \frac{\sum INGRESOSACTUALIZADOS(Ya)}{\sum EGRESOSACTUALIZADOS(Ea)}$$

#### Criterios de Decisión:

- ∅ Si la Relación B/C > 1, se debe ejecutar el proyecto
- ∅ Si la Relación B/C < 1, no es recomendable ejecutar el proyecto
- ∅ Si la Relación B/C = 1, se puede o no ejecutar el proyecto.

---

<sup>68</sup> Nicko Gomero Gonzales; “Formulación y Evaluación de Proyectos”

<sup>69</sup> Clifor Daniel Sosa de la Cruz; “Como Elaborar un proyecto de Inversión” Pág. 151

**Tabla 71: Relación B/C Sin Financiamiento**

INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO
264.685,77	221.818,12	1,193255812

ELABORADO POR: Tania Jácome

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS } (Y_a)}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS } (E_a)} = \frac{\$ 264.585,77}{\$ 221.818,12} = 1,19$$

Es decir por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0,19 dólares (diecinueve centavos de dólar).

**Tabla 72: Relación B/C Con Financiamiento**

INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO
244.276,68	205.781,10	1,187070528

ELABORADO POR: Tania Jácome

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS } (Y_a)}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS } (E_a)} = \frac{\$ 244.276,68}{\$ 205.781,10} = 1,19$$

Es decir por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0,19 dólares (diecinueve centavos de dólar)

### 4.3.2.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

“Tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recuperará la inversión realizada, incluyendo el costo del capital involucrado”.<sup>70</sup>

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo Neto Actualizado del Primer Año}}{\text{Flujo Neto Actualizado del Siguiete Año}}$$

Tabla 73: Periodo de Recuperación de la Inversión Sin Financiamiento

PERÍODO	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	ACUMULADO
0	-----	24.959,00	-24.959,00	
1	60.267,86	47.527,38	12.740,48	12.740,48
2	58.545,92	44.151,72	14.394,20	27.134,68
3	53.041,86	42.902,85	10.139,02	37.273,70
4	48.502,74	35.860,96	12.641,78	49.915,48
5	44.327,39	26.416,22	17.911,16	67.826,64

ELABORADO POR: Tania Jácome

$$PRI = \frac{24.959,00 - 12.740,48}{14.394,20} = 0,85 * 12 = 10,2 \cong 10 \text{ MESES}$$

*La recuperación de la Inversión se realiza en 1 año 10 meses.*

<sup>70</sup> Nicko Gomero Gonzales; “Formulación y Evaluación de Proyectos”

**Tabla 74: Período de Recuperación de la Inversión Con Financiamiento**


ELABORADO POR: Tania Jácome

$$PRI = \frac{9.983,60 - 8.341,82}{10.340,23} = 0,16 * 12 = 1,91$$

*La recuperación de la Inversión se realiza en 1 año 2 meses*

#### 4.3.2.6. Análisis de Sensibilidad

“Consiste en evaluar cómo se comporta la rentabilidad ante los cambios en los valores de las variables que intervienen en el cálculo”<sup>71</sup>

**Tabla 75: Análisis de Sensibilidad Con Financiamiento**

VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	B/C		RESULTADO
PROYECTO	113,54	38.495,58	1 AÑO 1 MES	1,18707053	0,19 ctvs	VIABLE
PRECIO DE VENTA (-10%)	60,97	24.962,86	1 AÑO 8 MESES	1,12808943	0,13 ctvs	POCO SENSIBLE
DEMANDA (-4%)	77,05	23.697,35	1 AÑO 3 MESES	1,12006779	0,12 ctvs	POCO SENSIBLE
SUELDOS (+20%)	59,43	25.817,16	1 AÑO 9 MESES	1,11817824	0,12 ctvs	POCO SENSIBLE

ELABORADO POR: Tania Jácome

<sup>71</sup> Nicko Gomero Gonzales; “Formulación y Evaluación de Proyectos”

**Tabla 76: Análisis de Sensibilidad Sin Financiamiento**

VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	B/C		RESULTADO
PROYECTO	61,52	42.867,64	1 AÑO 10 MESES	1,19325581	0,19 ctvs	VIABLE
PRECIO DE VENTA (-10%)	27,05	17.403,45	1 AÑO 25 MESES	1,07881509	0,08 ctvs	MUY SENSIBLE
DEMANDA ( -4%)	27,33	15.781,50	1 AÑO 24 MESES	1,07065750	0,07 ctvs	MUY SENSIBLE
SUELDOS (+20%)	23,20	16.970,53	1 AÑO 27 MESES	1,06850820	0,07 ctvs	MUY SENSIBLE

**ELABORADO POR:** Tania Jácome

Como se puede apreciar en el cuadro de análisis de sensibilidad el proyecto es sensible a la mayoría de cambios en las variables, para lo cual se aplicaran las siguientes estrategias:

- a) Ampliar el servicio de proactividad a Empleados y Funcionarios de los Ministerios y Aseguradoras.
- b) Ampliar el mercado de capacitación para Ejecutivos de las Medianas Empresas del Distrito Metropolitano de Quito.
- c) Ofrecer los servicios de Proactividad a los Ejecutivos y Empleados de los Concesionarios de Vehículos.
- d) Incrementar el número de participantes por curso y bajar un 10% el precio.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

1. El mercado del Distrito Metropolitano de Quito, presenta una demanda insatisfecha suficientemente amplia para promover la creación de la empresa de Proactividad **“Vive Proactivo” Cia. Ltda.**
2. El análisis realizado del estudio de mercado nos presenta que existen empresas de capacitación que no cuentan con metodologías adecuadas para hacer que las personas sean proactivas dentro de un mundo laboral, es por esta razón que el presente proyecto se considera como un servicio nuevo e innovador dentro del Distrito Metropolitano de Quito, lo cual nos hace concluir que el proyecto es altamente viable.
3. Una vez realizado el estudio técnico, se puede concluir que el tamaño óptimo permita cubrir la demanda insatisfecha y que además existe disponibilidad de recursos, por lo que la ejecución del proyecto es factible.
4. De acuerdo al análisis estructural del proyecto, la empresa Vive Proactive, deberá constituirse como una Compañía de Responsabilidad Limitada, que esté dedicada a prestar Servicios de Proactividad para Empresas Aseguradoras y Ministerios.

5. Luego de realizar la Evaluación Financiera para el horizonte del Proyecto, nos indica que éste proyecto es rentable y brinda una flexibilidad a los posibles cambios del mercado y del entorno.

## 5.2. Recomendaciones

1. Dadas las características del Proyecto, se recomienda realizar la ejecución inmediata del mismo, ya que las circunstancias actuales son las más favorables para su implementación y desarrollo.
2. Se deben realizar alianzas estratégicas con empresas de publicidad y medios de difusión masiva para promocionar los servicios de la empresa de Proactividad, con el fin de llegar con más impacto sobre los potenciales clientes.
3. La empresa de Proactividad **“Vive Proactivo” Cia. Ltda.** Debe lograr tener una estrategia de crecimiento enfocada a la Región Sierra Centro del País, luego de posicionarse en la ciudad de Quito.

## BIBLIOGRAFÍA

- Kotler Philip - Armstrong Gary: Mercadotecnia (Sexta Edición), Edt. Prentice Hall.
- Jáuregui, Alejandro G.: FUNDAMENTOS DE LA ECONOMÍA, Edición 2005.
- Ferré, José María. Estrategias de productos y precios; Océano, 2003
- Achilles De Faria, Fernando: Desarrollo organizacional: Un enfoque integral; 2003.
- SACHS, Jeffrey D. y LARRAÍN, Felipe B., Macroeconomía en la economía mundial, Prentice Hall, 1994.
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: <http://www.monografias.com>
- Fischer, Laura. Mercadotecnia. Mc. Graw Hill, 2003
- Mankiw Gregory; Principios de Economía, Tercera Edición, Mc Graw Hill-Interamericana, 2002
- Tipos de [Mercado](#) y [segmentación](#) de Mercados:  
<http://www.monografias.com>
- PROCESO DE INVESTIGACIÓN:  
[www.wikilearning.com/monografias/tipos\\_de\\_investigacion](http://www.wikilearning.com/monografias/tipos_de_investigacion)
- Caldas Molina, Marco; "Preparación y Evaluación de Proyectos".
- FUENTES SECUNDARIAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN:  
[www.uv.es/cim/im\\_itm/descarga/IM%20Tema03.pdf](http://www.uv.es/cim/im_itm/descarga/IM%20Tema03.pdf)
- Hernández Cabrera, José Luis; Elementos de un Proyecto de Inversión.
- ECONOMIAS DE ESCALA: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- Planeación y Control del Activo Circulante:  
<http://www.itistmo.edu.mx>
- Visión: [http://www.trabajo.com.mx/vision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm)

- **Misión:** [http://www.trabajo.com.mx/mision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm)
- **Estrategia Empresarial:**  
<http://admindeempresas.blogspot.com/2007/06/estrategia.html>
- **Objetivos Estratégicos:** <http://www.monografias.com/trabajos>
- **Valores:**  
[http://www.webandmacros.com/Mision\\_Vision\\_Valores\\_CMI.htm](http://www.webandmacros.com/Mision_Vision_Valores_CMI.htm)
- **BURBANO, Jorge y ORTIZ, Alberto.** Presupuestos: Enfoque Moderno de [Planeación](#) y [Control](#) de [Recursos](#).
- **Toro Díaz, J.:** *"Formulación y evaluación de proyectos"*
- **Nicko Gomero Gonzalez;** "Formulación y Evaluación de Proyectos"
- **FLORES BALLESTEROS;** Emilio ADMINISTRACION DE PROYECTOS II
- **SAPAG CHAIN, NASSIR;** Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial McGraw-Hill

## ANEXOS

### Anexo 1: Constitución de Compañías de Responsabilidad Limitada

#### 1. CONSTITUCIÓN

##### 1.1 COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1.1.1 El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008)).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC).

El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad

Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

**1.1.2 Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

### **1.1.3 Socios**

**1.1.3.1. Capacidad:** Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

**1.1.3.2. Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

### **1.1.4 Capital**

**1.1.4.1.- Capital mínimo.-** La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario 2 (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva

se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán evaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal ( Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001

El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones. En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

**1.1.4. 2. Participaciones.-** Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

**1.1.5 El objeto social:** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías

**1.1.5.1. Informe previo:**

**De la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial** -Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre de personas o bienes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 29, ordinal 25 en concordancia con la Disposición General, Décima Novena de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial, ( Ley s/n, Suplemento del R. O. 398 del 7 de julio de 2008), es indispensable que se obtenga el informe favorable previo de la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. El documento que lo contenga se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía.

Adicionalmente estas compañías (Operadoras de Transporte Terrestre) deben tener objeto social exclusivo en sus estatutos, de acuerdo al servicio a prestarse, conforme lo dispone el artículo 79 de la cita Ley.

Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre dentro del ámbito exclusivo de la jurisdicción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, el informe favorable citado en el párrafo precedente le corresponderá emitirlo al Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo al Decreto Ejecutivo No. 336 de 21 de julio del 2005, publicado en el Registro Oficial No. 71 de 29 de julio del mismo año. El documento que contenga el informe favorable se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía.

### 1.1.5.2 Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:

**Compañías dedicadas a Actividades Complementarias, de Vigilancia – seguridad, alimentación, mensajería o limpieza, diversas de las labores propias y habituales del proceso productivo de la usuaria.-** Estas compañías tendrán un objeto único y exclusivo y deben acreditar un capital social mínimo de diez mil dólares de los Estados Unidos de América. Mandato Constituyente No. 8, publicado en el R. O. 330, de 6 de mayo de 2008. Reglamento para la Aplicación del Mandato Constituyente No. 8 que Suprime la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral y la contratación por horas. Publicado en el Suplemento del R. O. 352 del 5 de junio de

2008. Instructivo para la constitución de compañías dedicadas a actividades complementarias y para la modificación del estatuto social de las constituidas con anterioridad al mandato Constituyente 8, Resolución No. 08.Q. 004 de julio 10 de 2008, publicada en el R. O. 394, del 1 de agosto de 2008, reformada con Resolución No. 08. Q. 05 de julio 23 de 2008, publicada en el R. O.401, del 12 de agosto de 2008.

Respecto a las compañías dedicadas a la actividad de **Vigilancia - Seguridad-** Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada, en atención a lo dispuesto en el Art. 7 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, publicada en el Registro Oficial No. 130 de 22 de julio del 2003; de igual manera, el objeto social deberá ser exclusivo, en orden a lo previsto en el Art. 8 del mismo cuerpo legal, y éstas no podrán realizar al mismo tiempo, otra actividad complementaria .

**Compañías, Agencias Navieras.-** Estas compañías que acorde a su objeto social se dedicarán al servicio de agenciamiento del comercio marítimo, tienen un capital social suscrito y pagado sea igual o superior a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América.

**Compañías “holding”.-** Las compañías de esta clase, llamadas también “tenedoras de acciones o de participaciones”, deben tener como actividad principal de su objeto la compra de acciones o de

participaciones sociales de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de nexos de propiedad accionaría, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados, para conformar así un grupo empresarial (Art. 429 de la Ley de Compañías).

**Compañías de Servicios Auxiliares del Sistema Financiero.**- En la constitución de compañías que se van a dedicar a prestar servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: Transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras, deberán previamente ser calificadas como tales por la Superintendencia de Bancos y luego someter el trámite de aprobación a la Superintendencia de Compañías, en orden a lo dispuesto en el tercer inciso del artículo primero de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, sin perjuicio de cumplir con otros requisitos que la Ley exija en atención a la actividad específica que estas compañías realicen.

#### **1.1.6 El origen de la Inversión:**

**Galápagos.**- De acuerdo a lo dispuesto en la Disposición General, Décima Segunda de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, publicada en el R. O 278, del 18 de marzo de 1998, las personas naturales no residentes y las personas jurídicas que no tengan su domicilio en Galápagos podrán realizar inversiones en la provincia siempre y cuando se asocien con un residente permanente.

Acorde a lo que prescribe el artículo 3 de la Resolución No. 04-C-21-I-2008 publicada en el R. O. 327, del 30 de abril de 2008, reformada con Resolución 010—CI-28, publicada en el R. O. 362 del 18 de junio de 2008, toda inversión que se realice en 4 Galápagos por una persona natural que no tenga la calidad de residente permanente; una asociación de cuentas en participación; o una persona jurídica; será obligatoriamente en asocio con un residente permanente calificado por el Comité de Calificación y Control de Residencia del Consejo del INGALA. Y de conformidad con lo que establece

el Plan Regional para la conservación y desarrollo de Galápagos, las asociaciones que se formen para realizar inversiones en esa provincia, deben respetar el porcentaje de inversión de 51% para el residente permanente y 49% para la inversionista extra- regional.

**Extranjera.-** Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones)R. O. 219, del 19 de diciembre de 1997.`

**Fuente:**

[http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo\\_soc.pdf](http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf)

## Anexo 2: Figuras Legales para Creación de Empresas

Tipo de Compañía	Norma Legal	Acto de Creación	Inscripción	Tiempo estimado de tramitación	Capital Mínimo de Constitución	Número de Socios	Administrador - Responsable Legal	Afiliación Cámara Producción	Sociedades Civiles y Mercantiles
Sociedades Civiles y Mercantiles	Código Civil - Ley de Compañías	Notaría	Juzgado de lo Civil	2 Días	A Voluntad	2 o más	Directorio	Cámara de Comercio	Sociedad en Cuentas de Participación
Sociedad en Cuentas de Participación	Código Civil - Ley de Compañías	Notaría	—	2 Días	A Voluntad	2 o más	Gestor	Cámara de Industrias Cámara de Pequeña Industria	Microempresas
Microempresas	Ley de la Materia	Notaría	Ministerio del Trabajo	Tiempo que se demore el Ministerio respectivo	\$1.000	1 o más	Según estipule el contrato	Ministerio del Trabajo	Compañía Anónima
Compañía Anónima	Ley de Compañías	Notaría	Superintendencia de Compañías	9 Días	\$800	2 o más	Gerente	Cámara de Comercio	Compañía de Responsabilidad Limitada
Compañía de Responsabilidad Limitada	Ley de Compañías	Notaría	Superintendencia de Compañías	9 Días	\$400	De 3 a 15	Gerente	Cámara de Comercio	De nombre Colectivo
De nombre Colectivo	Ley de Compañías	Notaría	Superintendencia de Compañías	9 Días	—	2 o más	Gerente	Cámara de Comercio	En Comandita Simple
En Comandita Simple	Ley de Compañías	Notaría	Superintendencia de Compañías	9 Días	—	2 o más	Gerente	Cámara de Comercio	En Comandita por Acciones
En Comandita por Acciones	Ley de Compañías	Notaría	Superintendencia de Compañías	9 Días	\$800	2 o más	Gerente	Cámara de Comercio	Sociedad de Hecho
Sociedad de Hecho	Código Civil - Contrato Privado	Contrato Privado	—	1 día	—	2 o más	Según Estipule Contrato	Opcional	De economía Mixta
De economía mixta	Ley de Compañías	Notaría	Superintendencia de Compañías	9 Días	\$800	2 o más	Gerente	Cámara de Comercio	Persona Natural
Persona Natural	Código Civil	SRI	SRI	1 día	—	—	Propietario	—	Fundaciones
Fundaciones	Código Civil - Reglamento	Ante el Ministerio	Ante el Ministerio correspondiente	Lo que el Ministerio	\$400	1 o más	Órgano que se determine en el	No aplica	

FUENTE: <http://www.conquito.org.ec>

### Anexo 3: Tabla de Impuesto a la Renta

IMPUESTO A LA RENTA 2009			
FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	% IMP FRACCIÓN EXCEDENTE
	8,570		0%
8,570	10,910	0	5%
10,910	13,640	117	10%
13,640	16,370	390	12%
16,370	32,740	718	15%
32,740	49,110	3,173	20%
49,110	65,480	6,447	25%
65,480	87,300	10,540	30%
87,300	En adelante	17,086	35%

### Anexo 4: Escala Salarial Senres

<b>ESCALA SENRES</b>			
<b>GRUPO OCUPACIONAL</b>	<b>GRADO</b>	<b>RMU US\$</b>	<b>ESCALA ANTERIOR</b>
Servidor Público de Servicios 1	1	478	Auxiliar de servicios A
Servidor Público de Servicios 2	2	504	Auxiliar de servicios B
Servidor Público de Apoyo 1	3	532	Asistente Adm. A
Servidor Público de Apoyo 2	4	566	Asistente Adm. B
Servidor Público de Apoyo 3	5	612	Técnico A
Servidor Público de Apoyo 4	6	667	Técnico B
Servidor Público 1	7	741	Profesional en carrera
Servidor Público 2	8	819	Profesional 1
Servidor Público 3	9	897	Profesional 2
Servidor Público 4	10	987	Profesional 3
Servidor Público 5	11	1102	Profesional 4
Servidor Público 6	12	1286	Profesional 5
Servidor Público 7	13	1523	Profesional 6
Servidor Público 8	14	1600	
Servidor Público 9	15	1850	
Servidor Público 10	16	2100	
Servidor Público 11	17	2250	
Servidor Público 12	18	2400	
Servidor Público 13	19	2700	
Servidor Público 14	20	3220	
<b>EJECUTIVOS</b>			
Director de Area		2140	
Asesor 5		1870	
Asesor 4		2280	
Asesor 2		3240	
Subsecretario		3935	
Ministro		4830	

## Anexo 5: Procesamiento de Información (SPSS)

Tabulacion Proactividad.sav [DataSet1] - SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
1	Nom.Emp.l...	Numeric	8	0	Nombre de la e...	{1, Asegura...	None	11	Right	Scale
2	Cargo	Numeric	8	0	Cargo	{1, Servidor ...	None	8	Right	Scale
3	Genero	Numeric	8	0	Genero	{1, Femenin...	None	8	Right	Nominal
4	Núm.Emp.E...	Numeric	8	2	Número de Eje...	{1.00, Minis...	None	8	Right	Scale
5	Conocimiento	Numeric	8	0	Tiene conoci...	{1, Si}...	None	8	Right	Nominal
6	Capacitación	Numeric	8	0	A recibido curs...	{1, Si}...	None	8	Right	Nominal
7	Calificación	Numeric	8	0	La capacitación...	{1, Exelente...	None	8	Right	Scale
8	Mejoramiento	Numeric	8	0	De la capacitac...	{1, Si}...	None	8	Right	Nominal
9	Aporte	Numeric	8	0	El aporte dela c...	{1, Exelente...	None	8	Right	Scale
10	Tiempo	Numeric	8	0	El tiempo de du...	{1, Una sem...	None	8	Right	Scale
11	Precio	Numeric	8	0	Por la capacita...	{1, \$250 - \$...	None	8	Right	Scale
12	Gusto	Numeric	8	0	Le gustaria cap...	{1, Si}...	None	8	Right	Nominal
13	Razones	Numeric	8	0	Cuál cree usted...	{1, Actualiz...	None	8	Right	Nominal
14	Lugar	Numeric	8	0	En qué lugar le ...	{1, En el lug...	None	8	Right	Nominal
15	Beneficios	Numeric	9	0	Que beneficios ...	{1, Mejorar l...	None	8	Right	Nominal
16	Interes	Numeric	8	0	Qué grado de i...	{1, Alto}...	None	8	Right	Scale
17	Días	Numeric	8	0	Qué días se ad...	{1, Lunes}...	None	8	Right	Scale
18	Horario	Numeric	8	0	En qué horario l...	{1, Matutino...	None	8	Right	Scale
19	Núm.Horas	Numeric	8	0	Número de hor...	{1, 03 hrs x ...	None	8	Right	Scale
20	Eventos	Numeric	8	2	Cuantos evento...	{1.00, Un cu...	None	8	Right	Scale

Tabulacion Proactividad.sav [DataSet1] - SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

5: Visita

	Nom.EMP. Ins.Pub	Cargo	Genero	Núm.EMP. Ejec	Conocimiento	Capacitación	Calificación	Mejoramiento	Aporte	Tiempo	Precio	Gusto	Razones	Lugar	Beneficios	Interes	Días	Horario	Núm. Horas	Eventos
1	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	1	1	1	5	1	1	2.00
2	1	21	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	1	1	1	5	1	1	2.00
3	1	21	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	3	2	2	1	4	2	1	2.00
4	1	21	1	.	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	6	1	1	1.00
5	2	11	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	2.00
6	1	21	2	.	1	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	1.00
7	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	1.00
8	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	2	1	1	5	2	1	1.00
9	2	10	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	6	1	1	1.00
10	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	6	1	1	3.00
11	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	2	1	6	1	2	3.00
12	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	2	2	1	6	1	2	2.00
13	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	2.00
14	1	21	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	1	2	1	1	2	1	1.00
15	1	21	2	.	1	2	.	.	.	.	.	1	3	2	1	1	6	1	1	1.00
16	1	21	1	.	1	1	2	1	2	1	1	2	.	.	.	.	.	.	.	2.00
17	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	2	4	1	1	2.00
18	1	21	2	.	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	5	1	1	2.00
19	2	10	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	3.00
20	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	2	4	2	1	3.00
21	2	11	2	.	1	2	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	5	1	1	1.00

	Nom. Emp Ins.Pub	Cargo	Genero	Núm. Emp. Ejec	Conocimiento	Capacitación	Calificación	Mejoramiento	Aporte	Tiempo	Precio	Gusto	Razones	Lugar	Beneficios	Interes	Días	Horario	Núm. Horas	Eventos
22	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	3	2	1	1	1	2	1	100
23	2	11	2	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	100
24	1	21	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	5	1	2	200
25	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	3	2	1	1	6	1	2	200
26	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	1	1	1	1	1	1	200
27	2	11	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	6	1	1	100
28	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	100
29	2	17	2	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	200
30	1	21	1	.	1	.	.	.	.	.	.	1	3	1	1	1	6	1	2	300
31	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	2	1	1	4	1	1	200
32	2	11	2	.	1	2	.	.	.	.	.	1	5	1	3	1	1	2	2	300
33	1	21	2	.	1	2	.	.	.	.	.	1	2	2	1	1	2	2	1	200
34	1	21	1	.	1	2	.	.	.	.	.	1	1	1	1	1	5	1	2	100
35	1	21	1	.	1	2	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	1	2	1	100
36	1	21	2	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	200
37	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	300
38	2	10	2	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	300
39	2	11	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	2	1	2	2	1	2	200
40	2	10	2	.	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	5	2	3	100
41	2	11	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	3	2	1	1	4	2	3	200
42	2	21	1	.	1	2	.	.	.	.	.	1	3	1	1	2	4	2	2	100

	Nom. Emp. Ins. Pub	Cargo	Genero	Núm. Emp. Ejec	Conocimiento	Capacitación	Calificación	Mejoramiento	Aporte	Tiempo	Precio	Gusto	Razones	Lugar	Beneficios	Interes	Días	Horario	Núm. Horas	Eventos
42	2	21	1	.	1	2	.	.	.	.	.	1	3	1	1	2	4	2	2	1.00
43	1	22	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	1	1	1	1	2	1	1.00
44	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	1	1	1	6	1	2	1.00
45	1	21	1	.	1	2	.	.	.	.	.	1	1	1	1	1	6	1	2	2.00
46	1	22	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	1	2	1	1	6	1	2	3.00
47	2	11	2	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	1.00
48	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	3	2	2	1	6	1	1	1.00
49	2	11	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	2.00
50	2	10	1	.	1	2	.	.	.	.	.	1	2	1	2	2	4	2	1	1.00
51	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	3	1	1	1	6	1	1	2.00
52	1	21	1	.	2	.	.	.	.	.	.	2	.	.	.	.	.	.	.	2.00
53	1	21	2	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	1	2	1	6	1	2	2.00
54	2	10	1	.	2	.	.	.	.	.	.	1	2	1	2	2	5	3	1	2.00

## **Anexo 6: Características de Crédito**

ENTIDADES	MONTO	PLAZO	INTERÉS	GARANTÍA
	El monto mínimo de este crédito es \$1000 dólares y el monto máximo es de \$ 10000 dólares.	El plazo del crédito es de 3 hasta 24 meses, dependiendo del monto solicitado	La tasa de interés es fija	- Prendaria - Hipotecaria - Quirografaria
	Hasta US \$ 7.000	Hasta 5 años	11% anual para el sector de producción  15% anual para el sector de comercio y servicio.	Quirografarias
	Desde US\$ 10,000	- Activo Fijo: hasta 10 años.  - Capital de Trabajo: hasta 3 años.  - Asistencia Técnica: hasta 3 años.	- Capital de trabajo: 10.5%;  - Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años.  11% hasta 10 años.	Negociada entre la CFN y el cliente

### Anexo 7: Cálculo del VAN con 2 Escenarios

AÑO	INGRESOS	$FSA = \frac{1}{(1+i)^n}$ 62,00%	EGRESOS	BENEFICIOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS
0	-----		9.983,60	-9.983,60	-----	9.983,60	-9.983,60
1	67.500,00	0,617283951	54.243,80	13.256,20	41.666,67	33.483,83	8.182,84
2	73.440,00	0,381039476	53.722,66	19.717,34	27.983,54	20.470,45	7.513,09
3	74.520,00	0,235209553	57.701,51	16.818,49	17.527,82	13.571,95	3.955,87
4	76.320,00	0,145191082	52.680,37	23.639,63	11.080,98	7.648,72	3.432,26
5	78.120,00	0,089624125	54.359,22	23.760,78	7.001,44	4.871,90	2.129,54
<b>TOTALES</b>					<b>105.260,44</b>	<b>90.030,44</b>	<b>25.213,60</b>
					<b>VAN</b>		<b>15.230,00</b>

AÑO	INGRESOS	$FSA = \frac{1}{(1+i)^n}$ 62,50%	EGRESOS	BENEFICIOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS
0	-----		9.983,60	-9.983,60	-----	9.983,60	-9.983,60
1	67.500,00	0,615384615	54.243,80	13.256,20	41.538,46	33.380,80	8.157,66
2	73.440,00	0,378698225	53.722,66	19.717,34	27.811,60	20.344,67	7.466,92
3	74.520,00	0,233045061	57.701,51	16.818,49	17.366,52	13.447,05	3.919,47
4	76.320,00	0,143412346	52.680,37	23.639,63	10.945,23	7.555,02	3.390,22
5	78.120,00	0,088253751	54.359,22	23.760,78	6.894,38	4.797,41	2.096,98
<b>TOTALES</b>					<b>104.556,19</b>	<b>89.508,55</b>	<b>25.031,24</b>
					<b>VAN</b>		<b>15.047,64</b>

ELABORADO POR: Tania Jácome